



OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION

Check-list Commerciale

L'AUDIT DE PERFORMANCE DE VOTRE PME

Une liste de contrôle exhaustive et pragmatique pour évaluer la maturité de vos processus de vente, structurer vos équipes, optimiser vos conversions et sécuriser la croissance durable de votre entreprise au Sénégal.

Propulsé par LM Nexora Consulting

DAKAR, SÉNÉGAL · ÉDITION 2026

Pourquoi ce guide ?

La performance commerciale n'est pas le fruit du hasard ou du simple talent individuel. Elle repose sur la mise en place d'un système structuré, répétable et mesurable. Au Sénégal et dans toute l'Afrique de l'Ouest, les entreprises font face à un marché hautement concurrentiel et exigeant.

Ce guide opérationnel a été conçu par LM Nexora Consulting pour offrir aux dirigeants de PME, commerces, hôtels, restaurants et futurs entrepreneurs un outil d'auto-évaluation sans concession. À travers six axes stratégiques issus de notre méthode exclusive NEXORA®, vous allez pouvoir passer votre structure au crible.

COMMENT UTILISER CETTE CHECK-LIST ?

Prenez le temps d'analyser chaque point avec transparence. Pour chaque critère, cochez la case si et seulement si l'action est pleinement intégrée, documentée et mesurée de manière régulière au sein de votre entreprise. À la fin de chaque axe, un espace de notation vous permettra d'évaluer la maturité de votre pôle commercial.

Sommaire des 6 axes stratégiques

01 Clarification de l'Offre & Ciblage

02 Outils de Prospection & Supports

03 Processus de Vente & Entretien

04 Suivi, Closing & Objections

05 Fidélisation & Valeur Client

06 Pilotage Performance & KPI

01 Clarification de l'Offre & Ciblage

Le fondement de toute réussite commerciale réside dans la clarté absolue de ce que vous vendez et de la personne à qui vous le vendez. Sans un ciblage précis, vos efforts de prospection seront dilués et inefficaces.

Partie 1 : Identification du client idéal (Avatar / Persona)

☐ Définition écrite du client idéal

Votre entreprise dispose d'un document formalisé décrivant précisément le profil du client parfait (secteur, taille d'entreprise, pouvoir d'achat, critères géographiques à Dakar ou en région).

☐ Compréhension des frustrations profondes

Vous avez listé les 3 problèmes majeurs ou blocages douloureux que rencontre votre cible et auxquels votre entreprise apporte une réponse exacte.

☐ Segmentation claire du marché

Si vous ciblez à la fois les PME et les futurs entrepreneurs, vos offres sont distinctes, lisibles et adaptées au budget et à la maturité de chaque profil.

Clarification de l'Offre & Ciblage

Partie 2 : Proposition Unique de Valeur & Packaging

☐ Formulation de la Proposition Unique de Valeur (PUV)

Votre équipe commerciale sait exprimer en une seule phrase percutante pourquoi un client doit vous choisir vous, plutôt que vos concurrents directs à Dakar.

☐ Clarté et packaging des offres

Vos services ou produits ne sont pas présentés de manière générique. Ils sont packagés sous forme de solutions axées sur le résultat (ex : grilles tarifaires claires, livrables précis).

☐ Alignement Prix-Valeur perçue

Votre positionnement tarifaire est assumé et justifié par des éléments de valeur concrets (expertise, exclusivité NEXORA®, garanties) empêchant vos commerciaux de céder aux demandes de rabais systématiques.

Niveau de maturité — Axe 01

.... / 6 critères validés

CONSEIL NEXORA

Si vous avez moins de 4 cases cochées, votre discours commercial manque de clarté. Redéfinissez vos offres avant de lancer vos campagnes de communication.

02 Outils de Prospection & Supports

Un bon commercial équipé de mauvais outils perdra la majorité de ses deals. Vos supports doivent refléter l'excellence et le professionnalisme de votre marque à chaque point de contact.

Partie 1 : Les supports de présentation de marque

☐ **Plaquette commerciale (Pitch Deck) haut de gamme**

Vous possédez une présentation PDF moderne, épurée (idéalement respectant la charte bleu marine et or de votre marque), à jour, et centrée sur les bénéfices clients plutôt que sur l'historique de votre entreprise.

☐ **Cartes de visite et signatures professionnelles**

Chaque collaborateur dispose de cartes de visite impeccables (physiques ou numériques) et d'une signature d'e-mail standardisée incluant des liens vers le site web et les réseaux sociaux actifs.

☐ **Site Internet optimisé pour la capture (Lead Magnet)**

Votre site web n'est pas une simple vitrine passive. Il contient des formulaires clairs, des guides à télécharger ou des modules de prise de rendez-vous pour générer des prospects automatiquement.

Outils de Prospection & Supports

Partie 2 : Structuration des fichiers et CRM

☐ Fichier de prospection qualifié et centralisé

Vos listes de prospects ne sont pas éparpillées sur des carnets. Elles sont centralisées, triées par secteur d'activité, statut (froid, tiède, chaud) et mises à jour quotidiennement.

☐ Utilisation d'un outil de suivi (CRM / Pipeline)

Vous pilotez vos opportunités via un outil visuel (Wix CRM, Trello, HubSpot ou tableau Excel avancé) permettant de voir instantanément à quelle étape de vente se trouve chaque prospect.

☐ Canaux digitaux configurés (WhatsApp Business)

Votre numéro d'entreprise utilise WhatsApp Business de manière professionnelle : catalogue à jour, messages d'absence configurés, étiquettes de suivi client claires.

Niveau de maturité — Axe 02

.... / 6 critères validés

CONSEIL NEXORA

L'absence d'un outil de suivi CRM est la première cause de perte de prospects en Afrique de l'Ouest. Centralisez vos données pour ne plus jamais oublier un rappel client.

03 Processus de Vente & Entretien

L'entretien commercial est une danse structurée. Un commercial performant écoute 80% du temps et parle 20% du temps. Ce module valide la qualité de vos rendez-vous.

Partie 1 : Préparation et phase de découverte

☐ Protocole de préparation systématique

Avant chaque appel ou rendez-vous physique, le commercial effectue des recherches basiques sur le client (site web, page LinkedIn, actualités du secteur) pour personnaliser son approche.

☐ Script d'introduction maîtrisé (Pitch)

Les 2 premières minutes du rendez-vous sont codifiées : salutations professionnelles, rappel de l'objectif de la réunion, validation du timing disponible et accord sur le déroulement.

☐ Trame de questions pour le diagnostic

Votre force de vente utilise une liste de questions ouvertes pour faire parler le prospect sur ses objectifs, ses problématiques actuelles et l'impact financier de ses blocages.

Processus de Vente & Entretien

Partie 2 : Présentation de la solution et argumentaire

☐ Argumentation basée sur les bénéfices et non les caractéristiques

Le commercial sait lier chaque fonctionnalité de votre service à un bénéfice direct pour le client (gain de temps, augmentation du chiffre d'affaires, sérénité, sécurité).

☐ Validation des étapes intermédiaires

Durant la présentation, le commercial s'assure de l'adhésion du prospect par des questions de validation (ex: « Est-ce que cette approche correspond bien à ce que vous recherchez ? »).

☐ Cadrage budgétaire transparent

Le budget et les modalités financières sont abordés de manière naturelle, sereine et transparente sans hésitation ou gêne de la part du vendeur.

Niveau de maturité — Axe 03

.... / 6 critères validés

CONSEIL NEXORA

Un entretien de vente réussi ressemble à une consultation médicale. Diagnostiquez le problème avec précision avant de proposer votre ordonnance.

04 Suivi, Closing & Objections

C'est ici que se fait la différence entre un contact amical et un client réel. Le closing exige une maîtrise psychologique et une persistance rigoureuse.

Partie 1 : Traitement professionnel des objections

☐ Registre écrit des objections courantes

Votre entreprise a documenté les objections principales (« C'est trop cher », « Je dois réfléchir », « Je travaille déjà avec un concurrent ») et y a associé des réponses types imparables.

☐ Technique d'empathie et de validation

Les commerciaux n'entrent pas en conflit face à une objection. Ils appliquent la méthode NEXORA : écouter, valider le point de vue du client, puis isoler l'objection réelle.

☐ Capacité à qualifier les faux barrages

Votre équipe sait faire la différence entre une vraie contrainte budgétaire et une simple excuse pour reporter la décision, et sait relancer le dialogue efficacement.

Suivi, Closing & Objections

Partie 2 : Techniques de closing et rituels de relance

☐ Appel à l'action direct (Closing Prompt)

En fin de rendez-vous, le commercial sait inviter explicitement le prospect à s'engager (ex: « Souhaitez-vous que l'on valide le contrat pour démarrer dès lundi ? ») sans attendre que le client le propose.

☐ Règle des 48h pour l'envoi de l'offre

Toute proposition commerciale ou devis est envoyé au maximum 48 heures après l'entretien, accompagné d'un résumé écrit des bénéfices validés ensemble.

☐ Protocole de relance strict (Minimum 4 relances)

Vous disposez d'un calendrier de relance automatisé ou planifié : jour J+3, J+7, J+14. Aucun prospect qualifié n'est abandonné sans une réponse définitive écrite ou orale.

Niveau de maturité — Axe 04

.... / 6 critères validés

CONSEIL NEXORA

Plus de 70% des ventes se concluent entre la 4ème et la 5ème relance. Ne confondez pas « silence du client » et « refus ». Soyez présents avec élégance.

05 Fidélisation & Valeur Client

Acquérir un nouveau client coûte 5 à 7 fois plus cher que de fidéliser un client existant. La pérennité de votre chiffre d'affaires dépend de votre capacité à générer de la récurrence.

Partie 1 : Expérience client et onboarding

☐ Protocole de bienvenue (Onboarding) standardisé

Dès la signature du contrat ou l'achat effectué, le client reçoit un message officiel, un livret d'accueil ou un appel de remerciement validant la prise en charge immédiate de son dossier.

☐ Mesure systématique de la satisfaction

Vous envoyez un questionnaire de satisfaction ou effectuez un point de suivi 30 jours après la livraison pour évaluer le niveau d'enchantement de votre client.

☐ Traitement ultra-rapide des réclamations

Il existe une procédure claire pour gérer les clients mécontents à Dakar : écoute active, solution proposée sous 24h et geste commercial si nécessaire pour préserver la réputation de l'entreprise.

Fidélisation & Valeur Client

Partie 2 : Vente additionnelle et recommandation

☐ Stratégie d'Up-selling et Cross-selling

Vos équipes sont formées pour proposer des services complémentaires ou des options supérieures aux clients existants (ex: proposer un module de formation après un audit stratégique).

☐ Système d'obtention de témoignages clients

Chaque client satisfait est invité à laisser un avis écrit ou vidéo (Avis Google Business Profile, recommandation LinkedIn) que vous pouvez réutiliser dans vos supports marketing.

☐ Programme de parrainage / Cooptation actif

Vous encouragez activement vos clients actuels à vous mettre en relation avec d'autres entreprises ou partenaires de leur réseau en échange d'avantages exclusifs.

Niveau de maturité — Axe 05

.... / 6 critères validés

CONSEIL NEXORA

Vos clients actuels sont vos meilleurs ambassadeurs. Prenez soin de votre base installée, elle constitue une source de revenus récurrents majeure.

06 Pilotage Performance & KPI

« Ce qui ne se mesure pas ne peut pas s'améliorer. » Le pilotage commercial exige des chiffres précis pour prendre des décisions stratégiques rationnelles.

Indicateurs de performance fondamentaux

☐ Tableau de bord hebdomadaire mis à jour

La direction générale dispose d'une vision claire et visuelle des ventes de la semaine (chiffre d'affaires encaissé, nombre de nouveaux contrats, encours de facturation).

☐ Mesure du Taux de Conversion global

Vous connaissez précisément le pourcentage de prospects qui passent du statut de « contact » à celui de « client signé » (ex: sur 10 rendez-vous, combien signent effectivement ?).

☐ Suivi du volume d'activité commerciale

Vous comptabilisez le nombre quotidien d'actions menées par votre équipe : appels passés, e-mails envoyés, rendez-vous physiques ou visioconférences effectués.

☐ Suivi des délais de paiement et encaissements

Votre pôle commercial collabore avec la comptabilité pour relancer les factures impayées et s'assurer que le chiffre d'affaires signé est réellement encaissé en banque.

Niveau de maturité — Axe 06

.... / 4 critères validés

CONSEIL NEXORA

Regarder uniquement le chiffre d'affaires en fin de mois est une erreur de pilotage. Suivez les actions quotidiennes pour anticiper les résultats futurs.

SYNTHÈSE

Votre Grille d'Auto-Évaluation

Reportez ici le nombre de cases cochées pour chaque axe afin d'obtenir votre note globale sur 34 points et découvrir le profil commercial de votre entreprise.

Axe stratégique analysé	Critères validés	Statut recommandé
Axe 1 : Offre & Ciblage	 / 6	Fondation
Axe 2 : Outils & Supports	 / 6	Infrastructure
Axe 3 : Processus de Vente	 / 6	Maîtrise
Axe 4 : Closing & Relances	 / 6	Conversion
Axe 5 : Fidélisation Client	 / 6	Récurrence
Axe 6 : Pilotage & KPI	 / 4	Gouvernance
NOTE GLOBALE FINALE	 / 34	Score global

Interprétation de votre score

0 à 12 points — Profil Fragile : Vos ventes dépendent trop du hasard ou du contexte. Il est urgent de structurer vos processus de base pour sécuriser l'activité.

13 à 24 points — Profil En Croissance : Vous possédez de bons réflexes mais des failles majeures dans le suivi ou le ciblage freinent votre rentabilité.

25 à 34 points — Profil Performance : Votre système est mature. Il s'agit maintenant d'optimiser les détails grâce à la méthode NEXORA® pour passer à l'échelle.

CONCLUSION

Conclusion & Plan d'Action Personnalisé

Félicitations d'avoir complété cette check-list commerciale exhaustive. Ce diagnostic est la première étape vers la transformation d'une entreprise vers la haute performance et la croissance durable.

Savoir où se trouvent vos failles est précieux, mais mettre en place les actions correctives structurées demande du temps, du recul et une méthodologie éprouvée.

Passez à l'action avec LM Nexora Consulting

Ne laissez pas ces résultats prendre la poussière sur votre bureau. Nos experts accompagnent les PME, commerces, hôtels, restaurants et créateurs d'entreprise au Sénégal pour concevoir et déployer leur stratégie commerciale complète.

Bénéficiez d'un Diagnostic Stratégique Offert (30 min)

Nous analyserons ensemble vos axes d'amélioration prioritaires identifiés dans ce guide et concevrons votre feuille de route personnalisée.

🌐 Site Web : www.lmnexoraconsulting.com

✉ E-mail : contact@lmnexoraconsulting.com

📍 Dakar, Sénégal — Co-pilote de votre croissance durable.