

Réunion Commerciale - Octobre 2024

Date / Lieu	07/11/2024 / Bureau Tocqueville
Participants	Fabien GUEUGNEAU, Marie-Astrid BAZAN, Théophile DAUSSIN, Charlène ABELARD, Mathieu BOUCHIER, François DE LA RUE DU CAN et Etienne NEUVILLE
Rédacteur	Fabien GUEUGNEAU
Diffusion	Participants + Extranet ICS
Version / Statut	En cours

Les chiffres d'octobre 2024

Fabien

La prospection

- 112 prospects contactés, 34% des prospects contactés ont abouti à une discussion (2ème échange),
- sur ces 34% nous en avons 11% qui sont en test et 16% qui ont acheté.

Le taux de retour (34) a légèrement baissé, à cause d'une moindre qualification des prospects, maintenant issus de LinkedIn+ (la prospection manuelle effectuée via LinkedIn était plus qualifiée)

Facture X reste très demandé par les prospects (sous influence des comptables). Etienne rappelle que Gestan 15 embarque déjà le format FacturX au niveau simple, et que Gestan A1 l'embarque au niveau détaillé. Par ailleurs, il s'agit d'une échéance au 1/1/27 qui a déjà été retardée deux fois. Ce n'est donc aucunement une vulnérabilité de Gestan.

Concernant Peppol, Etienne informe qu'à sa connaissance ce système peut traiter le format FacturX mais qu'il ne l'a pas vérifié. Par ailleurs, si ce système ressemblait à FactureX, les délais sont trop courts (1/1/2025). Si facturX ne passe pas dans Peppol, cela risque de nous faire perdre nos actuels 80 clients en Belgique.

➡ L'équipe commerciale va renforcer la prospection. Jonathan a transmis un fichier des entreprises créées en 2024, qui sera exploité rapidement.

Gestan local

→ Licences payantes : 26 licences en moins en octobre 2024 comparé à 2023.

Ce chiffre s'explique par :

- 42 licences non renouvelées.
- 16 nouveaux clients

➡ L'intérêt des prospects se porte davantage sur la version Cloud.

→ Relations partenaires. Fabien va contacter l'ensemble des partenaires, afin d'avoir une idée plus large de comment les aider et développer leur activité de prescription de Gestan.

💡 A déterminer : la durée de vie moyenne d'un client Gestan en années est à calculer (locale et cloud).

Nous avons mis en ligne ce mois-ci une proposition commerciale adaptée aux écoles et associations : 100% gratuite en version locale (inchangé), 50% de réduction en cloud (nouveau).

Gestan Cloud

Mensuel :

	Clients	Connexions	Clients 2023
Ouvertures	7	16	+2
Fermetures	8	21	+5
Total	-1	-5	-3

Ce mois se traduit par une légère baisse : elle résulte d'une souscription dynamique, mais d'un niveau important de fermetures (départs en retraite ou liquidations).

Le CA

★ La facturation de ce mois s'établit à -3% par rapport au mois d'octobre 2023. En cause, la baisse des ventes de licences (-2500 € HT ce mois, par rapport au même mois de 2023).

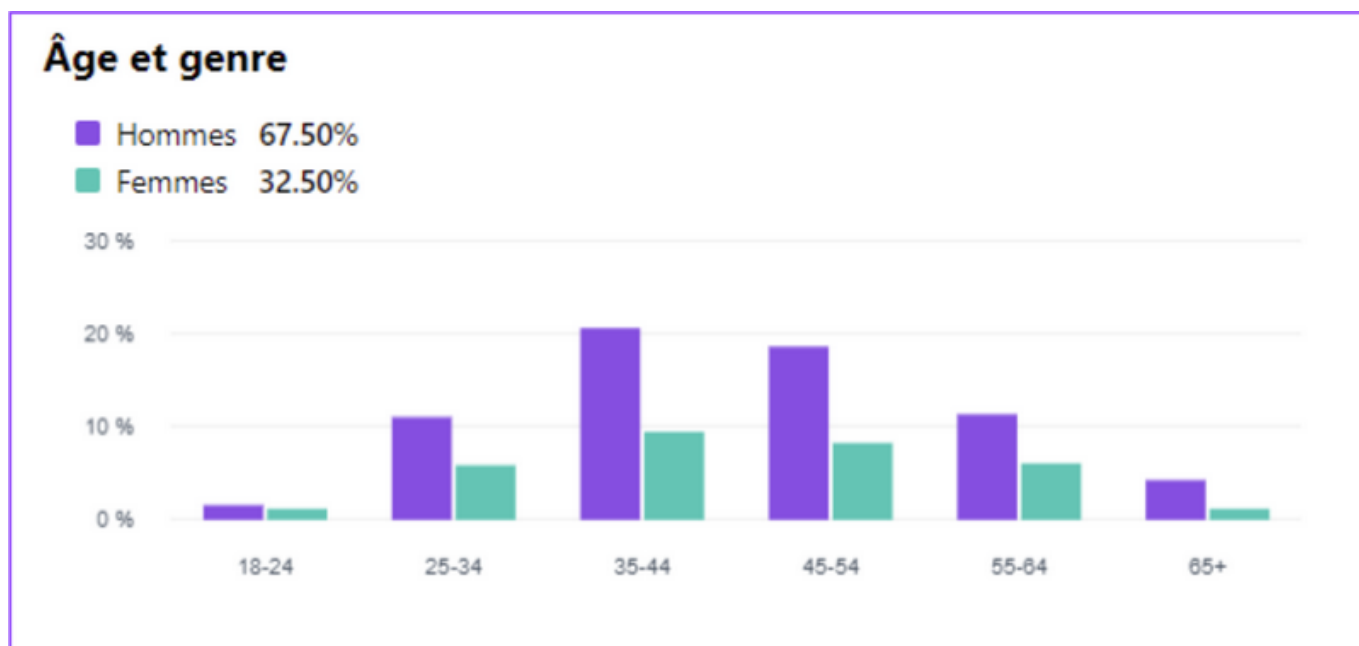
i Au 31 octobre, 96% du CA annuel de 2023 a été réalisé, ce qui est relativement satisfaisant.

La visibilité

Théophile

En octobre, le nombre de visites du site est de -4 324.

Nous gagnons 10 abonnés LKN sur le mois (total 914)



Les point clefs du mois sur linkedin vu de post : 1883 clic : 76 réaction :90 commentaire : 9 taux d'interaction : 9.6%

Ci-dessus la répartition par classe d'âge du public de FB : Étienne remarque que cette répartition cadre complètement avec les statistiques d'âge des chefs d'entreprises présentées dans le baromètre du numérique 2024. → FB, dont le taux de couverture est environ trois fois plus important que LKN, est le média à privilégier.

Visites : 451, couverture des posts : 1074, interactions : 12

Marie remarque que les stats FB sont encourageantes.

La formation

Marie

	Demandes reçues	Réalisées	Taux de réalisation
T3	3	5	
T4	2	1	
Annuel	24	18	75%

Les dernières demandes reçues concernent des formations en Comptabilité, qui est une demande saisonnière de fin d'année (fin de l'exercice comptable, bilan).

💡 Marie propose de lancer une mini-campagne pour informer les clients de leurs droits annuels de formation via OPCO (qui prennent fin au 31/12) (idée suivie par le SC).

	2023	2024	Comparaison	Objectif 2024
Nbre formations	10	18	+80%	75% (24 formations)
CA annuel	7 260 €	10 542 €	+45%	70% (15k)

➡ Le plan de communication nous aide et porte l'ensemble des ventes (extension - consulting...) dont les ventes de formation. Félicitations au service Marketing @Théophile pour derniers posts mettant en avant nos formateurs ainsi que nos programmes !

💡 Les ventes de formation pourraient être boostées via la relance des devis par le Pôle Commercial en plus du Pôle Formation. Les données sont accessibles à tous (Gestan > devis + Prostep). L'objectif est de réduire le temps entre l'envoi du devis et sa signature afin d'atteindre les objectifs plus rapidement et de réduire le nombre de demandes non transformées (idée suivie par le SC).

💡 Il pourrait être intéressant d'extraire la liste des clients qui font le plus appel au support (nombre d'interventions et/ou nombre de minutes) afin de leur proposer une formation sur la base des CR rédigés par l'équipe de support (idée suivie par le SC).

Le pôle du support technique**Mathieu**

- Plus d'appels en cloud : en septembre, 3000 minutes de support Cloud contre 1000 en local (Ce mois, on observe 2 fois plus d'appel en local).
- Des appels très divers en cloud alors que les problématiques locales sont plus ciblées.
- Principaux problèmes : administration du logiciel, pièces, SMTP.

Le pôle dev**Charlène - Étienne**

- Nous ne sommes pas en avance sur la A1, mais elle sera bien disponible en fin d'année pour la vente.
- Pour Peppol, normalement FacturX convient, élément qu'il a été demandé de vérifier à un membre du forum, pour le moment sans réponse.
- Des dev continuent à sortir et l'extension Ebay est actuellement en test chez un client.
- Etienne a aussi retouché l'extension prospect, et mis en place A1 sur le serveur 6. Le serveur 2022 est en préparation.
- Version mobile de Gestan remis à l'ordre du jour (via un partenaire)

Les objectifs

1. Réussir le Black Friday.

2. Accentuer la prospection.
3. Travailler nos partenariats.
4. Participer au salon MIF.
5. Plus de communication entre les services pour les publications.

Étienne fait observer :

1. l'excellent taux de transformation, que beaucoup d'entreprises nous envieraient
2. la présence de "FacturX" dans les objectifs alors que cet objectif est déjà atteint
3. l'absence de toute mention de prospection alors que c'est un **domaine d'excellence de l'équipe en général** (dans la mesure où les équipes participent toutes au travail de l'équipe commerciale)

La conclusion qui s'impose est d'accentuer la prospection (ce pourquoi elle a été ajoutée aux objectifs)