

T'as déjà ton cartable, ta trousse et ton goûter ? Voici quelques conseils en rab pour bien préparer ta rentrée !

La rentrée du C&M

Reprendre pied en 3 étapes

1. Analyse macro	2. Zoom clients prio.	3. Alignement interne
Checke ton portefeuille pour détecter les signaux les plus évidents (baisse d'usage, healthscore en baisse, etc.) et les relier à des industries ou type de clients. Permet de préparer des actions at scale.	Une fois le macro fait, focalise-toi sur tes comptes clés, ceux qui renouvellent bientôt ou qui sont les plus importants. Souci technique, contact parti... détecte les signaux faibles !	En ton absence, il s'est passé des choses ! Récupère les infos de ceux qui étaient là et qui ont pu échanger avec tes clients et vérifie s'il y a eu des nouveautés produit, cas d'usages... à partager.

Primordial !

5 questions clés pour (re)partir du bon pied

Quels comptes méritent une attention prioritaire d'ici la fin d'année ? Quels risques dois-je anticiper dès maintenant ? Quelles opportunités puis-je créer ou activer ? Quelles relation dois-je renforcer ? Quel sujet stratégique ai-je envie de porter cette année ?

Checklist pour ne rien oublier et vite passer en mode "action"

- | | |
|---|--|
| ☒ Analyse macro de mon portefeuille | ☐ Mettre à jour les outils internes (CRM, CS Platform...) |
| ☒ Zoom clients stratégiques | ☐ Être au clair sur les renouvellements à venir |
| ☐ Reconnecter avec mes interlocuteurs clés | ☐ Planifier les événements clés / webinars à délivrer |
| ☐ Mettre à jour mes success plans | ☐ Faire le ménage dans l'agenda / bloquer des créneaux |
| ☐ Planifier les QBR jusqu'à la fin de l'année | ☐ Faire le tour des demandes clients de l'été (support, product...) |
| ☐ Identifier les quick wins possibles dès septembre puis octobre | ☐ Me mettre à jour sur la roadmap produit |

Je dois penser à moi !

La rentrée de septembre est également le moment idéal pour penser à votre rôle et à ce que vous souhaitez incarner dans les prochains mois. Vous pouvez réfléchir en utilisant la matrice **CORE** pour être plus au clair dans vos objectifs et ambitions :

Continuer ----- Ce que je fais bien, ce qui me motive, ce que je veux préserver. ----- • Quelles routines ou pratiques me font progresser ? • Quelles relations ou compétences sont mes forces ? • Qu'est-ce que mes clients & collègues apprécient chez moi ?	Optimiser ----- Ce que je peux améliorer, ajuster, muscler pour gagner en impact. ----- • Une compétence métier à renforcer (data, personal branding...) • Une meilleure gestion du temps ou des priorités • Des feedbacks reçus que je veux intégrer
Réinventer ----- Ce que je veux oser, changer, transformer dans ma posture ou dans mon rôle. ----- • Une initiative à lancer ? Un rôle transverse à prendre ? • Une prise de parole en interne ? Une initiative à lancer ? • Sortir de ma zone de confort (parler en public, mentorat, side project...)	Éliminer ----- Ce qui ne fonctionne plus, me freine ou me fait perdre du temps / de l'énergie. ----- • Quelles habitudes ou tâches sont inutiles ? • Quelle posture ou mentalité dois-je laisser derrière moi ? • Quels freins dois-je lever (procrastination, perfectionnisme, etc.) ?

Bien plus important qu'il n'y paraît !

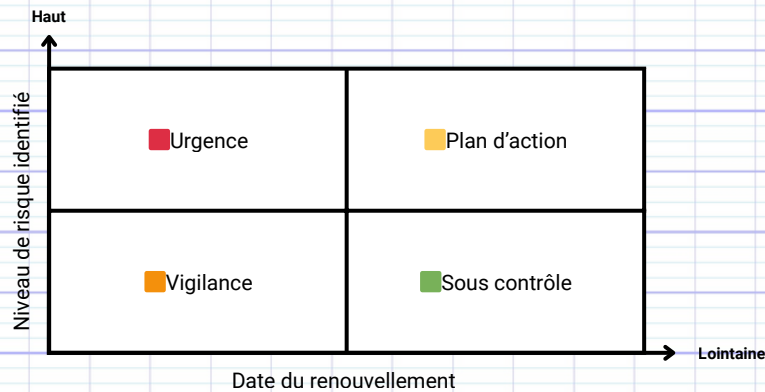
Ultra important de faire cet exercice régulièrement !

Une vision claire des priorités par compte

Voici la matrice à remplir avec tous les comptes qui renouvellent à la fin de l'année (le but est, ensuite, de le faire de façon trimestrielle).

Elle permet de prioriser les actions en fonction de la "dangerosité" du parc.

Baisse de l'usage,
fréquence d'interactions 'client' basse, hausse des tickets ouverts...



■ Urgence : mais qu'est-ce que tu fais à remplir cette matrice ?! Contacte ton client et agis au plus vite !!!!

■ Vigilance : le renouvellement devrait bien se passer, mais comme il est proche, garde un œil dessus et sois prêt(e) à parer toute difficulté.

■ Plan d'action : c'est mal embarqué mais il te reste du temps pour agir. Mets en place un plan d'action pour éviter la sortie de route.

■ Sous contrôle : le renouvellement approche et il n'y a pas de risque identifié. Vérifies tout de même de n'avoir rien oublié.

Recontacter mes clients

C'est sans doute ce sur quoi tu vas te précipiter en cette rentrée. Tu vas envoyer un mail ou appeler tes clients les plus importants pour relancer la discussion. Mais attention, c'est aussi la rentrée pour eux... et ils sont eux aussi sous l'eau, donc te parler n'est sûrement pas leur priorité. Si tu veux reprendre contact de manière efficace, voici une liste de prétextes pour être en top priorité dans leur to do list :

1. Présenter une nouvelle fonctionnalité qui avait été demandée ou qui résout un besoin identifié
2. Rebondir sur une nouvelle de leur entreprise (acquisition, lancement d'une nouveauté, recrutement, etc.)
3. Rebondir sur une nouvelle personnelle de ton interlocuteur
4. Questionner sur l'impact d'une actualité dans leur secteur d'activité
5. Inviter (à un événement présentiel, un webinar de rentrée, un déjeuner, etc.)
6. Alerter (sur l'usage en baisse ou un souci d'adoption, par exemple)

Regarde ses derniers posts LinkedIn pour trouver de l'inspiration !

On évite le "je reprends contact car je rentre de congés ; comment étaient tes vacances ?". Idem, on ne crée pas de fausse urgence pour que le client réponde plus vite (même si on en a très envie parfois) !

Bonus

Tu n'as que 10 minutes ? Réécoute cet épisode de CSM's & Co de la rentrée 2024, toujours autant d'actualité !

