ELMARQ.
FRAPPEZ JUSTE.

pi cube
Programme - Innovation - Incubateur

Atelier ELMARQ × PI CUBE

Vos ventes stagnent ou ne décollent pas ?

Identifiez ce qui coince et relancez votre croissance

Grille de diagnostic en six axes. Mardi 1er décembre 2026, de 10 h 30 à 12 h, Incubateur PI CUBE, Achères. Animation : Bénédicte Dubois, directrice générale associée, ELMARQ.

Prénom, nom et entreprise (ou projet) :

Ce que je vends, à qui, à quel prix, en une phrase :

Mon point de départ :

☐ Je prépare mon lancement ☐ Je cherche mes premières ventes

☐ Je vends déjà, mais mes ventes stagnent ☐ Je vends, mais pas assez pour en vivre

Mon principal défi commercial aujourd'hui, en une phrase :

Mes trois derniers clients (ou prospects sérieux) sont venus par :

☐ bouche-à-oreille ☐ recommandation d'un partenaire ☐ recherche Google

☐ réseaux sociaux ☐ salon ou événement ☐ prospection directe ☐ je ne sais pas

Selon moi, ça coince surtout sur (une seule case) :

☐ la cible ☐ le positionnement ☐ l'offre

☐ la communication ☐ la visibilité ☐ la commercialisation

Vous comparerez cette hypothèse au résultat de la grille en page 4. L'écart entre les deux est souvent l'enseignement principal de l'atelier.

Comment remplir la grille

Rien à écrire, rien à calculer : des croix. Comptez trois à quatre minutes par axe.

1. Une croix par ligne : « oui, avec preuve » seulement si vous pouvez citer un fait, un chiffre ou une phrase de client (la ligne en italique dit ce qui compte) ; sinon « je le pense » ; sinon « non ».
2. En bas de chaque axe, comptez vos croix « oui, avec preuve » et cochez le résultat : trois, l'axe est solide ; une ou deux, il est fragile ; zéro, il est à vérifier, et une première action vous attend juste dessous.
3. En page 4, reportez les six résultats et choisissez vos deux priorités.

Cocher « je le pense » n'est pas une faute, c'est une chose à vérifier avant de dépenser.

Cette grille formule des pistes. Elle ne prouve pas, à elle seule, la cause d'une baisse des ventes. Ce sont vos vérifications des trente prochains jours qui le feront.

Une croix par ligne. En bas de chaque axe, comptez vos « oui, avec preuve » et cochez le résultat. Rien à écrire.

01 La cible

Est-ce que je m'adresse aux bonnes personnes, et est-ce que je les connais vraiment ?

Symptômes fréquents : « Tout le monde peut être mon client. » Des demandes qui n'aboutissent pas. Des clients difficiles à satisfaire ou à rentabiliser.

Une croix par ligne	Oui, avec preuve	Je le pense	Non, je ne sais pas
Je peux décrire en une phrase le client que je veux servir en priorité. *Preuve : La phrase est écrite, et elle exclut des gens.*	☐	☐	☐
J'ai échangé avec des clients ou de futurs clients depuis 90 jours, en dehors d'une vente. *Preuve : Des dates, et ce que j'en ai retenu.*	☐	☐	☐
Je connais leurs critères de choix et leurs hésitations, avec leurs mots à eux. *Preuve : Trois phrases entendues de leur bouche.*	☐	☐	☐

Combien de « oui, avec preuve » ? ☐ 3 : solide ☐ 1 ou 2 : fragile ☐ 0 : à vérifier

Si cet axe est à vérifier, commencez par : Appelez trois clients, ou trois prospects, et demandez-leur pourquoi ils ont dit oui, ou non. Notez leurs mots, pas les vôtres.

02 Le positionnement

Est-ce que mes clients comprennent pourquoi me choisir, moi, plutôt qu'une autre solution ?

Symptômes fréquents : On me compare uniquement sur le prix. On me demande « en quoi c'est différent de… ». Mes prospects hésitent longtemps.

Une croix par ligne	Oui, avec preuve	Je le pense	Non, je ne sais pas
Je peux dire en une phrase pourquoi un client me choisirait plutôt qu'une autre solution. *Preuve : La phrase a été dite à voix haute devant quelqu'un.*	☐	☐	☐
Cette différence compte vraiment pour mes clients. *Preuve : Un client l'a citée comme raison de son choix.*	☐	☐	☐
Je sais comment mes clients me décrivent quand je ne suis pas là. *Preuve : Un avis, une recommandation, une réponse de client.*	☐	☐	☐

Combien de « oui, avec preuve » ? ☐ 3 : solide ☐ 1 ou 2 : fragile ☐ 0 : à vérifier

Si cet axe est à vérifier, commencez par : Demandez à deux clients comment ils vous présenteraient à un ami. Comparez leur phrase avec la vôtre.

03 L'offre

Est-ce que ma proposition répond à un besoin réel, à un prix compris et accepté ?

Symptômes fréquents : Des devis qui restent sans réponse. « C'est trop cher », sans négociation. On me demande souvent quelque chose que je ne propose pas.

Une croix par ligne	Oui, avec preuve	Je le pense	Non, je ne sais pas
Je sais quel problème précis mon offre règle, et ce que ça coûte au client de ne pas le régler. *Preuve : Une situation concrète, pas un adjectif.*	☐	☐	☐
Mon offre se comprend en moins d'une minute : ce qu'on obtient, le prix, les conditions. *Preuve : Une personne extérieure l'a reformulée correctement.*	☐	☐	☐
Je sais ce qui plaît et ce qui freine, y compris chez ceux qui ont dit non. *Preuve : Des retours datés de clients et de prospects perdus.*	☐	☐	☐

Combien de « oui, avec preuve » ? ☐ 3 : solide ☐ 1 ou 2 : fragile ☐ 0 : à vérifier

Si cet axe est à vérifier, commencez par : Relisez vos trois derniers devis refusés ou restés sans réponse, puis rappelez ces personnes pour comprendre.

Une croix par ligne. En bas de chaque axe, comptez vos « oui, avec preuve » et cochez le résultat. Rien à écrire.

04 La communication

Est-ce que mes messages sont compris, et donnent-ils envie d'en savoir plus ?

Symptômes fréquents : On me demande « mais concrètement, vous faites quoi ? ». Mes supports parlent de moi plus que du client. Des compliments, pas de demandes.

Une croix par ligne	Oui, avec preuve	Je le pense	Non, je ne sais pas
Mes messages disent à qui je m'adresse et ce que j'apporte, avant de dire qui je suis. *Preuve : Ma page d'accueil ou ma plaquette relue avec cette question.*	☐	☐	☐
Mes supports répondent aux questions et aux objections que j'entends le plus souvent. *Preuve : La liste des cinq questions récurrentes, et où j'y réponds.*	☐	☐	☐
J'ai vérifié ce que les gens comprennent réellement de mes messages. *Preuve : Un test de 30 secondes devant une personne hors de mon secteur.*	☐	☐	☐

Combien de « oui, avec preuve » ? ☐ 3 : solide ☐ 1 ou 2 : fragile ☐ 0 : à vérifier

Si cet axe est à vérifier, commencez par : Faites lire votre page d'accueil pendant 30 secondes à quelqu'un qui ne connaît pas votre métier, puis demandez-lui ce que vous vendez, et à qui.

05 La visibilité

Est-ce que je suis présent là où mes clients cherchent, et est-ce que je mesure ce que ça produit ?

Symptômes fréquents : Des abonnés, mais pas de demandes. Je publie « quand j'ai le temps ». Je ne sais pas d'où viennent mes clients.

Une croix par ligne	Oui, avec preuve	Je le pense	Non, je ne sais pas
Je sais où ma cible s'informe et cherche une solution comme la mienne. *Preuve : Je l'ai demandé à des clients, je ne l'ai pas supposé.*	☐	☐	☐
Je sais quelles actions m'apportent des contacts, et lesquelles n'apportent rien. *Preuve : L'origine de chaque client récent.*	☐	☐	☐
Je mesure, même simplement, les résultats de mes actions. *Preuve : Un tableau ou un carnet tenu depuis trois mois.*	☐	☐	☐

Combien de « oui, avec preuve » ? ☐ 3 : solide ☐ 1 ou 2 : fragile ☐ 0 : à vérifier

Si cet axe est à vérifier, commencez par : Pendant 30 jours, notez l'origine de chaque demande reçue. Un carnet suffit.

06 La commercialisation

Est-ce que mon parcours d'achat est simple, et est-ce que je transforme l'intérêt en vente ?

Symptômes fréquents : Des contacts qui s'évaporent. Des devis envoyés, puis plus de nouvelles. Je relance peu, ou trop tard.

Une croix par ligne	Oui, avec preuve	Je le pense	Non, je ne sais pas
Pour un prospect intéressé, la prochaine étape est évidente et rapide : demander, réserver, acheter. *Preuve : J'ai fait le parcours moi-même, montre en main.*	☐	☐	☐
Je sais à quelle étape les personnes intéressées abandonnent. *Preuve : Je compte les contacts, les rendez-vous, les devis, les ventes.*	☐	☐	☐
J'ai une méthode pour répondre vite et relancer. *Preuve : Un délai de réponse fixé, un nombre de relances, un outil.*	☐	☐	☐

Combien de « oui, avec preuve » ? ☐ 3 : solide ☐ 1 ou 2 : fragile ☐ 0 : à vérifier

Si cet axe est à vérifier, commencez par : Faites le parcours d'achat à la place d'un client, montre en main. Puis fixez-vous un délai de réponse et un nombre de relances.

ELMARQ.
FRAPPEZ JUSTE.

pi cube
Programme - Innovation - Incubateur

Ma synthèse

Reportez le résultat de chaque axe. La dernière colonne est réservée à votre binôme.

Axe	Résultat	L'axe que mon binôme pointe
01 La cible	☐ solide ☐ fragile ☐ à vérifier	☐
02 Le positionnement	☐ solide ☐ fragile ☐ à vérifier	☐
03 L'offre	☐ solide ☐ fragile ☐ à vérifier	☐
04 La communication	☐ solide ☐ fragile ☐ à vérifier	☐
05 La visibilité	☐ solide ☐ fragile ☐ à vérifier	☐
06 La commercialisation	☐ solide ☐ fragile ☐ à vérifier	☐

Lisez la grille dans l'ordre des axes : un axe faible en amont, la cible ou le positionnement, pèse sur tous ceux qui suivent. Entre deux axes faibles, commencez par celui qui vient en premier.

Mon hypothèse et le résultat

En page 1, je pensais que ça coinçait sur :

La grille pointe :

☐ C'est le même axe ☐ Ce n'est pas le même axe, et c'est ce que je retiens d'abord

Le regard de mon binôme

Présentez votre activité en trente secondes, sans notes. Votre binôme écrit ici, vous ne commentez pas avant qu'il ait fini.

Ce que j'ai compris que vous vendez, et à qui :

La question que je me pose en vous écoutant :

Mes deux priorités pour les trente prochains jours

Une vérification coûte peu et passe avant toute dépense. Un doute sérieux sur la cible ou sur l'offre interdit, pour l'instant, de dépenser sur la visibilité.

Priorité	Ce que je vérifie, ou ce que je fais	Auprès de qui, avec quoi	Avant le
1 Axe : ____			
2 Axe : ____			

Je rends compte de ce que j'ai vérifié à : ☐ mon binôme ☐ l'incubateur ☐ ELMARQ

ELMARQ.
FRAPPEZ JUSTE.

pi cube
Programme - Innovation - Incubateur

Et maintenant ?

Vous repartez avec un diagnostic daté, deux priorités et une liste de suppositions à vérifier. C'est le point de départ. Dans trente jours, vous saurez ce que vous saviez et ce que vous croyiez.

ELMARQ accompagne les entreprises du positionnement au développement commercial, de la communication à la commercialisation, en stratégie comme en exécution.

Votre grille, lue par ELMARQ. Offert.

Remettez le coupon ci-dessous à Bénédicte en fin d'atelier, ou remplissez le formulaire en ligne sur elmarq.fr/picube. Sous sept jours, vous recevez par écrit notre lecture de votre grille : les deux axes à travailler, les trois vérifications à faire en premier, et la première action à mener.

Bénédicte Dubois, directrice générale associée, développement commercial : **benedicte@elmarq.fr**
Marc Lugand-Sacy, président fondateur, communication stratégique : **marc@elmarq.fr**

Le formulaire en ligne : **elmarq.fr/picube**
Le site : **elmarq.fr**

Frappez juste.

elmarq.fr/picube

Coupon à détacher et à remettre à Bénédicte Dubois en fin d'atelier

Ma grille, lue par ELMARQ

Lecture écrite sous sept jours, offerte aux participants de l'atelier du 1er décembre 2026.

Prénom et nom : _____ **Entreprise ou projet :** _____

Courriel : _____ **Téléphone :** _____

Ce que je vends, à qui :

Mon point de départ :
☐ lancement ☐ premières ventes ☐ ventes qui stagnent ☐ pas assez pour en vivre

Résultat par axe (S solide, F fragile, V à vérifier) :

01 cible	02 positionnement	03 offre	04 communication	05 visibilité	06 commercialisation

L'axe que la grille pointe en premier :
☐ 01 cible ☐ 02 positionnement ☐ 03 offre ☐ 04 communication ☐ 05 visibilité ☐ 06 commercialisation

Mes deux priorités :

Je souhaite :
☐ recevoir la lecture écrite de ma grille sous sept jours
☐ un échange de vingt minutes avec Bénédicte Dubois sur mes deux priorités
☐ recevoir les publications d'ELMARQ (analyses, lettre d'information)

☐ J'accepte qu'ELMARQ utilise ces informations pour me recontacter dans le cadre de cet atelier. Elles ne sont pas transmises à des tiers et sont supprimées sur simple demande à contact@elmarq.fr.

Date et signature :