

Votre plan d'affaires d'une page.

Suivez les étapes de l'élaboration d'une stratégie d'entreprise en commençant par l'analyse FFOM au verso pour indiquer vos forces, vos faiblesses, vos opportunités et vos menaces afin de définir vos objectifs, votre stratégie et vos tactiques. Partagez cette analyse avec votre équipe et passez-la en revue tous les trimestres. Utilisez ensuite la feuille de travail Outils de conversion des objectifs aux résultats pour diviser votre stratégie en activités plus petites, trimestrielles, mensuelles, hebdomadaires et quotidiennes.

1 COMMENCEZ PAR EFFECTUER UNE ANALYSE FFOM

AU VERSO

2	Notre objectif et notre mission	Avoir un impact créatif sur la vie de nos clients, de leurs familles et de leurs entreprises grâce à une planification financière basée sur les relations, l'intégrité et la longévité.
3	Nos clients idéaux	Propriétaires d'entreprises disposant d'au moins 500 000 dollars d'actifs investissables; plus de 1 million de dollars pour les clients fortunés.
4	Message de valeur	Planification financière complète, approche basée sur le travail d'équipe, conseils tenant compte de tous les aspects.

État actuel	Objectifs annuels	État futur idéal	
Croissance régulière et rapide grâce aux recommandations qui constituent la majeure partie des nouvelles affaires. J'ai actuellement plus d'occasions commerciales que je ne peux en gérer en raison d'un manque de personnel. J'ai perdu l'équilibre entre ma vie professionnelle et ma vie privée. Mon modèle de service et d'examen des clients est peu systématisé, les processus ad hoc ne sont pas évolutifs et ne créent pas l'expérience que je souhaite.	1. Élargir le champ d'action avec un avocat ou un partenaire d'assurance collective – centres d'influence.	Mes clients actuels disposent d'un modèle de service organisé et systématisé en fonction de leurs besoins et de leur niveau de service. Embaucher un adjoint à temps plein et un conseiller débutant pour m'aider à développer l'entreprise tout en établissant des partenariats solides avec des centres d'influence.	
	2. Engager un adjoint à temps plein pour moi-même et éventuellement un conseiller débutant.		
	3. Systématiser mon approche de service aux clients.		
Stratégies	Tactiques	Propriétaires	Mesures
Maîtriser l'outil de planification financière et structurer le processus pour générer davantage de recommandations de qualité.	Inscrire à mon calendrier du temps toutes les semaines à consacrer à l'apprentissage; 1 heure minimum par semaine.	Moi-même et mon personnel.	Doubler le nombre de plans financiers que je crée pour mes clients.
Entrer en contact avec de nouveaux centres d'intérêt.	Contacteur mes relations et demander à mes meilleurs clients avec qui ils travaillent.	Moi-même et mon personnel.	Développer au moins un centre d'influence d'ici la fin de l'année.
Améliorer mon modèle de service	Développer des flux de travail et tirer parti des autres technologies de l'entreprise pour créer un modèle de service reproductible et efficace.	Moi-même et mon personnel futur.	Développer avec succès mon modèle de service d'ici la fin de l'année.

Principaux jalons	Janvier	Établir des échelons dans mon portefeuille de clients.	Avril	Embaucher un nouvel adjoint.	Juillet	Évaluer le modèle de service et l'adapter au besoin.	Octobre	Mois de l'appréciation des employés.
	Février	Définir un nouveau modèle de service.	Mai	Commencer à identifier les centres d'influence.	Août	Embaucher un conseiller débutant pour les petits comptes.	Novembre	Récapitulation de la fin d'année et planification des activités.
	Mars	Mettre en œuvre le nouveau modèle de service.	Juin	Maîtriser l'outil de planification financière; déployer la nouvelle stratégie.	Septembre	Organiser un événement pour les clients potentiels afin d'obtenir de nouvelles recommandations.	Décembre	Synthèse de fin d'année et planification des activités.

Votre plan d'affaires d'une page : Analyse FFOM.

Déterminez votre stratégie, vos tactiques et vos principaux jalons en fonction de vos objectifs, de vos clients idéaux et de votre analyse FFOM. Passez en revue les domaines clés de votre entreprise : vision et gestion de l'entreprise, personnel et culture, technologie et opérations, planification et service à la clientèle, investissements, développement de l'entreprise et gestion du changement.

Quelles sont vos forces, vos faiblesses, vos opportunités et vos menaces?

Forces Amplifier	Faiblesses Développer
<ol style="list-style-type: none">1. J'ai développé de solides compétences en matière de vente avec un taux de conclusion élevé. Je me sens en mesure de communiquer efficacement avec mes clients et de les inciter à agir.2. Je dispose d'outils, de ressources, de technologies, de solutions de placement et de solutions d'assurance pour pouvoir offrir à mes clients un service de grande qualité.3. Je dispose d'une marque professionnelle sur laquelle je peux m'appuyer.4. Je participe à des groupes d'étude et à des partenariats commerciaux étroits pour rester au fait des tendances du secteur.	<ol style="list-style-type: none">1. Pas assez de personnel pour bien servir des clients et développer les clients potentiels.2. Manque d'équilibre entre ma vie professionnelle et ma vie privée.3. Différenciation des messages dans mon marché.
Opportunités Capitaliser	Menaces Réduire
<ol style="list-style-type: none">1. Systématisation de ma pratique.2. Capacité de faire évoluer ma pratique.3. Événements pour les clients et les clients potentiels.4. Appréciation des clients (fêtes, anniversaires, etc.)5. Développement des centres d'influence6. Maîtrise de la technologie de l'entreprise7. Désignation du domaine où je veux concentrer ma pratique.	<ol style="list-style-type: none">1. Ne pas avoir en place les systèmes et les personnes nécessaires pour systématiser mon entreprise et continuer de la développer.2. Équipement et négativité

