



KIT PROSPECTION COMMERCIALE

Les outils pour prendre des commandes

Objectifs

👉 Développer vos propres méthodes et outils de vente pour maximiser vos chances d'aboutir à la vente.

L'intervenant

👉 Un consultant de plus de 20 ans d'expérience terrain en ventes BtB.

Exemple :
Thierry CRAYE

-Auteur du livre
« *Stratégie gagnante - Appels d'offres* »

-Primé consultant du mois par la revue Management

-Auteur de plus d'une trentaine de publications en France

Savoir-faire développés

L'intervention est adaptée à l'ensemble des 8 étapes clés de vente:

Les « 8C » :

- 👉 **Concevoir** avec pertinence les plans d'attaques des entreprises et gérer vos contacts pris
- 👉 **Contact** : La prospection téléphonique vraiment efficace
 - les premières minutes d'un entretien face à face
- 👉 **Connaître** : Les questions permettant de préparer la vente
- 👉 **Convaincre** : La présentation percutante de vos solutions
- 👉 **Contre** : Le traitement des objections
- 👉 **Contrôler** : La négociation
- 👉 **Conclure** : Vos rendez-vous et la vente finale
- 👉 **Conserver** : vos clients

L'intervention de formation et conseil se caractérise par :

- 👉 Une méthode simple pour **adapter votre comportement** en fonctions de vos interlocuteurs. L'efficacité de cette méthode basée sur les styles comportementaux vous surprendra.
- 👉 Un guide complet (150 pages), prêt à être **personnalisé** pour vos besoins, prenant en compte votre style comportemental.
- 👉 Un **CD** comprenant des **outils pour l'efficacité commerciale**, tels que des matrices de plans d'actions, des scripts de scénario téléphoniques, etc.
- 👉 Une **fiche mémo** : Vous ne la quitterez plus...
- 👉 Utilisation de la **Vidéo**. Remise du DVD de vos simulations à la fin des interventions.
- 👉 Un **diagnostic et recommandations** sur vos outils réalisés (script téléphonique, traitement des objections, etc.)
- 👉 Un **consultant très expérimenté**, de plus de 20 ans dans la vente.


Quiz : Testez votre démarche commerciale

<p style="text-align: center;">Outils commerciaux :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un outil de planification et suivi des prises de contacts (plan d'actions) 2. Un argumentaire formalisé et structuré ? 3. Des scripts pour la prise de rendez-vous téléphonique ? 4. Une méthode pour effectuer des propositions commerciales efficacement ? 5. Une check-liste sur les informations à connaître de vos prospects ? 6. Une liste des objections les plus courantes, et d'une technique pour y répondre efficacement ? 7. Au moins deux techniques pour faciliter la prise d'engagements de vos clients ? 	<p style="text-align: center;">Votre comportement commercial :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Connaissez-vous votre style de vente ? 2. Savez-vous reconnaître le style d'achat de vos interlocuteurs ? 3. En dehors du discours, adaptez-vous votre comportement en fonction de vos interlocuteurs ? 4. Disposez-vous au moins d'une technique pour faciliter votre adaptation comportementale ? 5. Posez-vous des questions à votre client avant de lui parler de votre offre ? 6. En général convenez-vous d'une démarche à l'issue du premier rendez-vous ? 7. Dit-on de vous que vous êtes « un bon commercial » ? 8. Considérez-vous vouloir aider votre client plus que de vouloir vendre ?
--	--

Vous avez obtenu moins de 7 « oui »

Votre approche de la vente est simplifiée et vos cycles de vente sont probablement courts. Votre équipe commerciale probablement réduite, privilégie davantage le contact direct, avec des méthodes intuitives.

Toutefois même si vos besoins à ce jour sont réduits, il est temps de réfléchir à des solutions pour augmenter les performances de vos équipes :

 Une approche intégrant des méthodes reconnues d'aide à la vente, ne vous permettraient-elles pas d'augmenter vos résultats ?

 Votre approche peut être plus personnalisée suivant chacun de vos interlocuteurs.

Vous serez perçu comme *Apporteur* de solutions plutôt que comme *Vendeur* d'une solution, vos résultats progresseront plus vite et plus durablement.

Vous avez obtenu entre 7 et 12 « oui »

Votre activité commerciale est déjà conséquente et l'optimisation de votre activité commerciale fait partie de vos préoccupations.

Vous avez mis en place une certaine automatisation, et vous êtes sur la bonne voie.

Des solutions complémentaires vous feront gagner en visibilité, réactivité et efficacité.

Vous avez obtenu plus de 12 « oui »

Vous avez mis en œuvre une automatisation de vos processus commerciaux.

Donnent-ils les résultats que vous souhaitez ?

Si oui bravo ! Il est peut-être intéressant de vous focaliser sur les réponses « non », et d'envisager des actions en conséquence. Pour accroître davantage vos performances, envisagez l'utilisation de nouveaux d'outils ou de nouvelles formes de communications.