



OSEZ PROSPECTER & VENDRE AUX GRANDS COMPTES !

Mardi 30 mai 2023

Marc Fazio x GERESO x Webikéo

QUI SOMMES-NOUS ?



Nos **métiers**



LA FORMATION



LE CONSEIL



L'ÉDITION



Sommaire

- 1. Prospectez auprès des grands comptes** : les différentes approches et techniques de prospection. Comment choisir la bonne approche et obtenir des rendez-vous ?
- 2. Ciblez et touchez le bon interlocuteur** : Dirigeant, DAF, DRH, Responsable Achats... Quel interlocuteur pour quels besoins ? Et si on parlait contournement ?
- 3. Structurez votre approche commerciale centrée client** : les bonnes pratiques pour maximiser ses chances de réussite, la notion de fil conducteur dans l'approche commerciale.

**Prospectez auprès des
grands comptes**



Prospectez auprès des grands comptes

Que vous inspire le mot
« prospection » ?



Prospectez auprès des grands comptes

La prospection par la recommandation
(clients, clubs de dirigeants, associations professionnelles, fournisseurs)

La prospection pure dans le dur
(mail, téléphone, sur site)

La prospection par les réseaux sociaux

Prospectez auprès des grands comptes

Pour aller plus loin

"Le vendeur 'consultant-coach' apporte une dimension de conseil et d'expertise forte à son client. Aujourd'hui, **seuls 10% des clients estiment que les commerciaux comprennent leur problématique business** ou sont capables de partager des informations pertinentes pour leur apporter de la valeur : **le client attend désormais du commercial d'avoir une expertise sur son métier et sur son secteur**"

"La crédibilité de la force de vente est construite au travers de **la connaissance toujours plus fine de ses clients et prospects**, lui permettant de mieux comprendre qui ils sont"

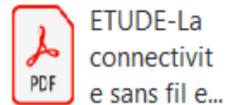
"réduire l'attrition de ses clients **en passant d'une orientation produit à une orientation client**"

*Extraits du Journal of Marketing Revolution
CAPGEMINI JOURNAL*

Prospectez auprès des grands comptes

Pour aller plus loin

La connectivité sans fil en intérieur, un marché de taille mais sous développé (étude de marché)



Monsieur bonjour,

selon une étude de la Banque des Territoires, le marché des réseaux mobiles intérieur dont la taille pourrait atteindre en France un milliard d'euros annuel n'est développé qu'à seulement 1% aujourd'hui. Pionnier de l'approche "WiFi as a Service", ' se place dans une démarche d'innovation continue et faire du WiFi le socle technique de la transformation digitale de ses clients.

En parallèle, depuis plusieurs années, UP STRATEGY, cabinet de conseil, coaching et formation accompagne les changements disruptifs et continus dans de nombreux secteurs d'activité (Orange, Eiffage, Mairie de Paris, etc...).

Nous pensons que notre expertise et notre valeur ajoutée constituent une complémentarité aux transformations que vous accompagnez auprès de vos clients.

Pour échanger sur le sujet et faciliter notre premier contact (via Teams / Zoom / Skype), vous trouverez ci-dessous quelques-unes de nos disponibilités :

mercredi 10 mars matin

jeudi 11 mars après-midi

Dans l'attente de votre retour, je reste à votre entière disposition.

Marc Fazio
UP STRATEGY
www.up-strategy.com
www.linkedin.com/in/marcfazio
Tel: 06.99.43.09.00

Prospectez auprès des grands comptes

Pour aller plus loin

CLIENT

COMMERCIAL

Moyens

Logiciel de cyber sécurité

Objectifs

La crainte de voir son outil de production paralysé à la suite d'une cyber attaque

La peur de se faire voler sa base de données clients

~~Objectifs
Vente des
logiciels cyber
sécurité~~

Prospectez auprès des grands comptes

Deux conseils

Conseil n°1

Pour prospecter aujourd'hui l'approche traditionnelle visant à vanter les mérites de vos produits ou de vos services ne fonctionne plus comme avant.

Pour les prospects et les clients, les produits et les services sont des moyens et non pas la finalité. Il convient donc de **déplacer le curseur de votre approche commerciale vers la réelle finalité du prospect / client.**

Prospectez auprès des grands comptes

Deux conseils

Conseil n°2

Pour prospecter efficacement aujourd'hui, **la connaissance du secteur d'activité** du prospect est fondamentale tout comme les informations à identifier concernant **l'actualité de l'entreprise** que vous démarchez. Les prospects / clients achètent aussi et surtout une expertise de son secteur d'activité, de ses problématiques voire de ses perspectives d'évolution.

Moins vous parlerez de vous, de votre entreprise, de vos produits et/ou services dans une démarche de prospection, plus vous avez des chances d'obtenir des rendez-vous.

Ciblez et touchez le bon interlocuteur



Ciblez et touchez le bon interlocuteur

Qui sont les décideurs ?

Qui sont les influenceurs ?

Qui sont les soutiens ?



Ciblez et touchez le bon interlocuteur

Conseil n°1

Actionnez plusieurs interlocuteurs simultanément pour accroître vos chances d'obtenir des rendez-vous

	Décideur	Influenceur
Outil de production	Dirigeant d'entreprise DAF	Directeur d'usine Chef d'exploitation
Service ou produits permettant d'améliorer le développement commercial de l'entreprise	Dirigeant d'entreprise	Directeur commercial
Matières premières	Dirigeant d'entreprise DAF	Responsable produit Responsable marketing

Ciblez et touchez le bon interlocuteur

Conseil n°2

Votre approche commerciale de prospection et votre discours ne peuvent pas être les mêmes et **doivent être différenciant selon vos interlocuteurs.**

	Décideur Dirigeant	Influenceur Responsable marketing
Matières premières	Objectif : réduire les coûts de fabrication en recherchant les matières premières les moins chères	Objectif : privilégier la qualité du produit final proposé à ses clients

Ciblez et touchez le bon interlocuteur

« Si vous ne pouvez pas rentrer par la porte, passez par les fenêtres »

Conseil n°3

Lorsque vous n'arrivez pas à rentrer en contact avec les décideurs et/ou les influenceurs **allez chercher des soutiens dans des étages hiérarchiques inférieurs** tels qu'un collaborateur, un responsable avec moins de pouvoir.

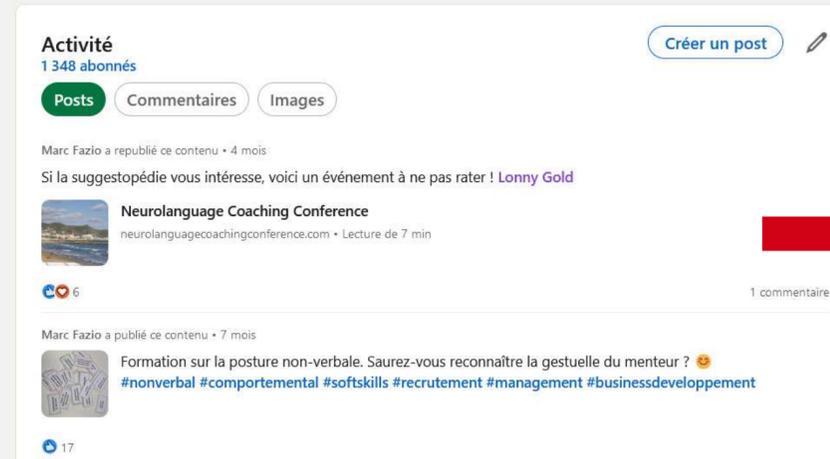
Ciblez et touchez le bon interlocuteur



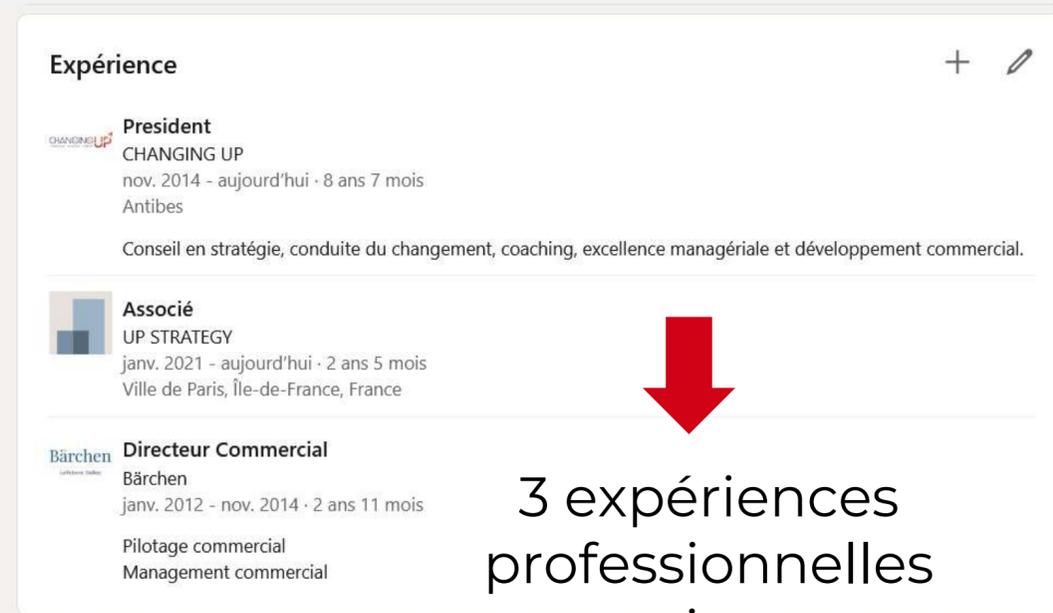
Une photo professionnelle

Une bannière qui vous représente professionnellement

Votre fonction



Soyez actif en likant, partageant ou commentant les posts de vos contacts et poster des contenus pertinents idéalement 2 fois par semaine



3 expériences professionnelles maximum



Faites-vous recommander

**Structurez votre
approche commerciale
centrée client**



Structurez votre approche commerciale centrée client

Qu'est-ce qu'une démarche
« centrée client » ?



Structurez votre approche commerciale centrée client

Conseil n°1

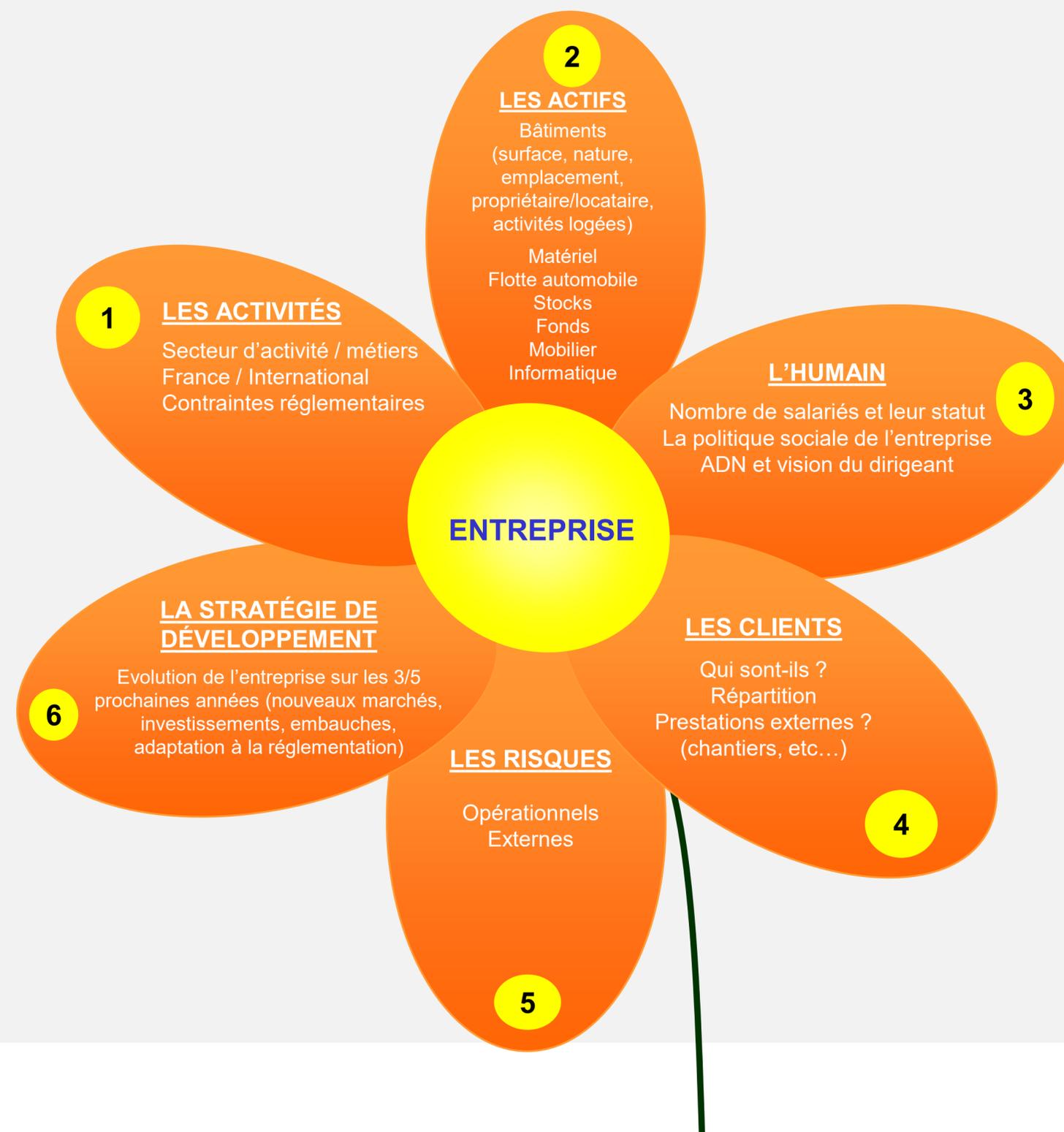
Réalisez une approche globale de votre prospect

- Intéressez-vous à votre prospect,
- Posez-lui des questions sur son activité, son entreprise, son organisation, sa stratégie de développement tout en lui démontrant que vous connaissez à la fois son secteur d'activité et son actualité en faisant référence ci et là à des spécificités de sa branche voire des sujets qui concernent son actualité.

Dans cette première phase on estime généralement **le temps de parole du prospect à 80% et votre temps de parole à 20%**. Je sais que parfois c'est frustrant car vous avez envie de vanter les mérites de votre offre mais soyez patients, chaque chose en son temps.

Structurez votre approche commerciale centrée client

Exemple d'approche globale
Assurances
Chargés d'Affaires Entreprises
Dirigeants, DAF, DRH



Structurez votre approche commerciale centrée client

Conseil n°2

Si vous voulez impacter votre interlocuteur prospect vous devez **basculer votre approche vers une découverte des "motivations"** et non plus des "besoins".

BESOINS

Ce qui est perçu comme
nécessaire

MOTIVATIONS

Ce sont des forces
psychologiques qui poussent
l'individu à agir (peur vs désir)

Structurez votre approche commerciale centrée client



Le 13 septembre 1848, Phineas Gage travaille dans la périphérie de Cavendish dans le Vermont aux États-Unis à la construction d'une ligne de chemin de fer.

Phineas P. Gage (9 juillet 1823 – 21 mai 1860) est un contremaître des chemins de fer américain connu pour avoir subi un profond changement de personnalité à la suite d'un traumatisme crânien majeur, ce qui a fait de lui un cas d'école en neurologie.

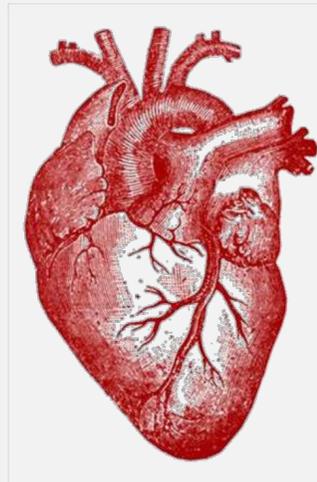
En 1994, les neuro-anatomistes Antonio et Hanna Damasio reconstituent par ordinateur ce qui doit être la trajectoire de la barre à partir de la barre à mine et de son crâne qui sont restés conservés au Warren Anatomical Museum de l'université Harvard.

Structurez votre approche commerciale centrée client

Conseil n°3

Dans 60% à 70% des cas **nos décisions sont prises à l'issue d'une émotion vécue.**

Cela signifie que dans votre approche centrée client, **il convient de susciter des émotions qui sensibilisent et amènent des prises de décision.** Il existe donc des techniques relationnelles permettant d'atteindre cet objectif.



POUR ALLER PLUS LOIN...

Votre formation sur ce thème

« **PROSPECTER ET VENDRE AUX GRANDS COMPTES** »

2 jours – En présentiel ou à distance

- **Mettre en œuvre** l'entrée en relation avec vos prospects BtoB.
- **Persuader** vos prospects BtoB.
- **Conclure vos ventes** avec vos prospects BtoB.

> **En savoir plus**

www.gereso.com/GRCO

OSEZ PROSPECTER & VENDRE AUX GRANDS COMPTES

Avez-vous des questions ?



Rejoignez-nous !

Linked



MERCI À VOUS !



Gardons le contact !

formation@gereso.fr