Conseil en marketing
et développement commercial

Guide des meilleures pratiques commerciales B2B

Ce guide recense les meilleures pratiques pour développer vos ventes en B2B.

Classez celles-ci en quatre catégories :

1. **Excellence** : je maitrise et pratique si bien que je n'y pense même plus. Cela fait partie de ma nature

2. **Point fort** : j'applique plutôt bien et assez systématiquement

3. **Axe d'amélioration** : je n'applique pas assez bien, pas systématiquement

4. **Pratique inconnue** : je ne connaissais pas ; je n'y avais jamais pensé

Concernant les pratiques relevant de la zone d'excellence et des points forts : vous n'avez aucune limite !

1 Contacter

Pratique	Excellence	Point fort	Axe d' amélioration	Pratique inconnue
J'ai très bien organisé mon travail de veille. Je lis régulièrement différents supports qui me permettent d'identifier de nouveaux prospects.				
Je me sers également des réseaux sociaux pour découvrir de nouvelles cibles.				
D'une façon générale, je suis toujours en état de veille. J'observe attentivement mon environnement pour détecter de nouvelles opportunités.				
Ma prospection est très bien organisée. Chaque semaine, je lui consacre suffisamment de temps. Ce temps est bloqué dans mon agenda.				
Je sépare bien le temps consacré à l'identification de nouvelles cibles et le temps consacré aux appels.				
Je dispose d'un guide écrit sur lequel je m'appuie pour mener mes actions de prospection téléphonique.				
Durant chaque appel, je prends des notes pour ne perdre aucune information et rebondir sur ce qui m'intéresse.				
Je me sers d'un outil de gestion des contacts que j'ai plaisir à utiliser, qui me permet de bien noter toutes les informations collectées et d'assurer un suivi irréprochable.				
Pour chaque rendez-vous, je soigne mon travail de préparation. Elle me permet de mieux comprendre l'entretien, de faire la différence. Elle est d'ailleurs souvent remarquée par mon interlocuteur.				
J'organise très bien mes déplacements. Je suis toujours très ponctuel.				
Je suis attentif à ma tenue, qui est chaque fois impeccable.				
De la même façon, tous les supports matériels que le client peut voir sont irréprochables.				
Chez le client, je soigne le contact avec les différentes personnes que je croise, pour projeter une image professionnelle et sympathique.				
Je réussis à créer un climat sympathique durant mes entretiens, créant des occasions de plaisanter. Mes interlocuteurs sont souriants.				
La présentation de mon offre est toujours claire, percutante et dans le respect du timing. Je donne une image claire, rassurante et séduisante.				
Si j'organise des rendez-vous à distance, j'utilise un outil que je maitrise parfaitement, avec un fond qui projette une image professionnelle et cohérente avec mon positionnement. Le son et l'image sont toujours de bonne qualité.				

2 Comprendre

Pratique	Excellence	Point fort	Axe d' amélioration	Pratique inconnue
Ma découverte me permet de bien comprendre le cahier des charges de mon interlocuteur, les caractéristiques essentielles de ses attentes et de l'entreprise. Elle me permet de construire une proposition pertinente.				
Je m'appuie sur une fiche de découverte, qui recense toutes les questions pertinentes à poser. De plus, je fais vivre régulièrement cette fiche pour l'enrichir de nouvelles questions.				
Ma prise de notes contient toutes les informations recueillies durant chaque entretien. Elle me permet d'avoir une vue exacte de tout ce qui s'est dit.				
Je me sers de ma prise de notes pour me synchroniser avec mon interlocuteur, en reprenant certains de ses termes.				
Mon écoute est totale. Je laisse parler mon interlocuteur. Je mesure régulièrement son ressenti.				
Je découvre pour comprendre et non pas pour vendre. J'accepte que ma découverte puisse me conduire… à décider de ne pas travailler avec ce prospect ! Mon questionnement est donc empreint d'une certaine neutralité.				
Mes questions sont pertinentes. Elles me permettent d'avancer dans ma compréhension de l'entreprise et de sa problématique. Elles sont bien perçues par mes interlocuteurs, car elles démontrent ma perspicacité et ma volonté réelle de l'aider.				
Je comprends bien le processus d'achat de mes prospects. J'identifie clairement les prochaines étapes et les personnes impliquées dans la décision.				
Je note systématiquement les noms, fonctions, et coordonnées des personnes que je rencontre.				
Dès que plusieurs personnes sont impliquées dans l'achat, je mets tout en œuvre pour les rencontrer.				
Dès que plus de trois personnes différentes sont impliquées, je crée un support écrit pour bien analyser les forces en présence, les interactions et les positions de chacun.				

3 Convaincre

Pratique	Excellence	Point fort	Axe d' amélioration	Pratique inconnue
Mon argumentation est basée sur des faits concrets, réels, prouvés. Elle est parfaitement structurée. Elle s'appuie sur un document écrit, que je fais régulièrement évoluer.				
Je dispose d'une « bibliothèque » de cas clients très différents, me permettant d'illustrer de manière concrète les compétences de l'entreprise et les bénéfices que retirent les clients du fait de travailler avec nous.				
Lorsque j'argumente, je veille toujours à bien mettre en avant le bénéfice pour le client.				
Lorsque j'argumente, je mesure toujours le ressenti de mon interlocuteur.				
Je ne considère pas les « objections » comme des objections mais comme des opinions. Je suis donc toujours très attentif à comprendre le point de vue de mon interlocuteur. Je lui exprime ma compréhension.				
Avant d'argumenter, je teste l'envie de mon interlocuteur à changer d'avis : « *Qu'est-ce qui serait de nature à vous faire changer d'avis ?* »				
Mes propositions commerciales sont toujours très soignées dans la forme et dans le fond.				
Je fais régulièrement évoluer le modèle de proposition commerciale dont je me sers.				
Je présente systématiquement mes offres dans le cadre d'un rendez-vous, à distance ou en face à face.				
Pour la présentation de mes offres, je crée un support dédié (par exemple sur PowerPoint) qui m'aide à valoriser ma proposition commerciale.				
Quelles que soient les situations, je maitrise ma stabilité émotionnelle.				
J'anticipe les situations dans lesquelles je vais devoir présenter mon offre devant un groupe de personnes. Je prends soin de noter les noms et prénoms des personnes qui seront présentes et je me renseigne sur elles.				
Dans le cas des processus longs, j'analyse de manière objective mes chances de concrétiser pour identifier mes leviers d'action. Je construis un plan d'action précis et daté.				
Je peux m'appuyer sur des clients qui sont des références actives très fortes : ils acceptent de témoigner et de recevoir des prospects.				

4 Conclure

Pratique	Excellence	Point fort	Axe d' amélioration	Pratique inconnue
Ma conclusion d'un premier entretien est toujours gagnante. J'affiche clairement compréhension du sujet, ma motivation et mon enthousiasme.				
Je fixe toujours un prochain rendez-vous ou une prochaine date.				
Dès que j'en ai l'opportunité, je propose l'achat.				
Après chaque rendez-vous, j'ai une vision claire des prochaines actions à mener.				
Je suis capable d'isoler une dernière « objection » et ainsi mener une « pré-conclusion ».				
Je pratique la conclusion par la question ouverte : « que fait-on ?»				
Lorsque la situation l'impose, je sais conduire mon interlocuteur à se positionner clairement.				
Je sais conclure efficacement, même si mon interlocuteur me dit qu'il veut réfléchir.				
J'arrive bien à doser l'équilibre entre respecter le rythme du client et imposer ma conviction.				
Je veille toujours à isoler les points de vue des différentes personnes impliquées dans l'achat.				
Je prépare avec soin les situations où je dois négocier. Je m'appuie sur une matrice de préparation de négociation.				

5 Conforter

Pratique	Excellence	Point fort	Axe d' amélioration	Pratique inconnue
Chaque fois que la situation s'y prête, je demande au client ce qu'il a pensé de notre rencontre.				
J'envoie un mail personnalisé, convaincant et chaleureux au plus tard 12 heures après chaque premier rendez-vous.				
Dès la signature, je sécurise mon client, autant par ma posture que par mes mots.				
Dans les 24h qui suivent la signature, je confirme par mail à mes clients les prochaines étapes de leur commande.				
Je ne me contente pas de faire ce que j'ai annoncé dans la proposition commerciale. J'apporte 10 à 15 % de plus. Je réserve à mes clients des « bonnes surprises », comme par exemple une livraison plus rapide que prévue.				
Je mène régulièrement des entretiens de bilan avec tous mes clients.				
J'offre régulièrement à mes clients des cadeaux gratuits, pour leur montrer toute l'attention que je leur porte. Quelques exemples de « cadeaux gratuits » : ✓ Un article sur leur secteur d'activité ✓ Un livre consacré à une préoccupation forte pour eux ✓ Une invitation à une conférence sur un thème qui les intéresse				
Je suis l'actualité de mes principaux clients ; je m'intéresse à leur activité et leur environnement pour être force de propositions avec eux.				
Je suis en relation avec tous mes clients sur les réseaux sociaux ; je suis le fil d'actualité de leur entreprise. Par exemple, je suis abonné aux newsletters de mes clients. Ou encore, je suis mes clients sur Twitter.				
Je suis toujours curieux de ce qui se passe chez mes clients et intéressé par l'émergence de nouveaux besoins. Je mène régulièrement de nouveaux entretiens de découverte pour ainsi être le premier à faire une offre pertinente et remporter une affaire sans la moindre mise en concurrence !				
Je sollicite mes clients pour obtenir des recommandations : des noms de prospects à appeler de leur part.				
Je propose à mes clients de rédiger des témoignages de satisfaction ; je leur propose également de rédiger des études de cas sur notre collaboration.				

Votre plan d'action personnel du :

1. Identifier 1 à 3 axes d'amélioration
2. Décider de tester 1 à 2 pratique(s) inconnue(s)

Décision	Pour quand ?	Quel bénéfice (de 1 à 5) en attendez-vous ?	Quel résultat constaté ? Comment améliorer ce résultat ?

Souhaitez-vous aller plus loin ?

Appelez-moi au 04.91.16.20.58

ou adressez-moi un email : acielle@ca-plus.fr