



LEADFORCE
BUSINESS INFLUENCE

Vendre en 2017

leadforce.fr

En savoir plus :



06 29 71 23 41



cyril.gouyette@leadforce.fr

Vendre en 2017

Vendre en 2017 : 4 qualités décisives pour développer votre PME

Les temps changent dans la vente et de plus en plus rapidement. Aujourd'hui, les prospects ont déjà réalisé **60% à 80% de leur parcours d'achat** avant leur premier contact avec un commercial. Et ils arrivent avec leurs préjugés, leurs comparatifs ou leurs certitudes. Parfois, ils en savent autant sur l'offre que le commercial lui-même.

La raison ? Une nouvelle génération de dirigeants et d'acheteurs est en train de prendre le pouvoir. Baignés tôt dans l'informatique et Internet, ils veillent et collectent d'eux-mêmes leurs informations sur tous les canaux digitaux disponibles. Moteurs de recherche, réseaux sociaux, sites, blogs, avis, applis mobile...

Résultat ? Le commercial doit apporter une valeur ajoutée supplémentaire à la simple découverte client et aux traitements des objections. Car **70% des prospects** prennent une décision d'achat pour résoudre un problème. C'est donc d'une ordonnance dont le client a besoin et non plus d'un devis. Il faut leur fournir un diagnostic personnalisé.

Mais le tout digital n'est pas la solution ultime. Les changements d'attitudes provoqués par le contexte toujours plus précaire des décisionnaires, pression de la hiérarchie ou des actionnaires, réorganisations périodiques, manque de disponibilité et de trésorerie, management toujours plus complexe ou gestion de l'urgence permanente génèrent des situations et des temps de réceptivité bouleversés.



Vendre en 2017

S'adapter. Il faut donc viser le moindre soupirail pour espérer ensuite pénétrer par l'entrée principale et en sortir victorieusement un contrat à la main.

Les leviers classiques fonctionnent toujours et d'autant mieux lorsqu'ils sont associés au digital.

Sans oublier qu'un décideur est d'abord un être humain et non un avatar. Il obéit donc aux lois de la psychologie et de la biologie depuis le Néolithique. Avec ses failles, son affect et ses erreurs de jugement.

Le rendez-vous et la relation interpersonnelle seront encore pour longtemps absolument indispensables.

Les **quatre qualités** de savoir-être à développer pour **vendre mieux** :

ACTIF

L'**email marketing** a un retour sur investissement **deux fois supérieur** au télémarketing, au réseautage et aux salons professionnels

Les meilleurs vendeurs utilisent LinkedIn **six heures par semaine** en moyenne

Plus de 50% du trafic Web provient désormais des **smartphones et tablettes**

Le **taux de réponse** moyen à des campagnes de prospection par **courrier postal** est de **3,7%** (B2C/B2B) en moyenne contre **0,1%** pour l'emailing



Vendre en 2017

REACTIF

Après l'arrivée d'un lead, un commercial qui contacte le prospect dans les **60 secondes** peut améliorer son **taux de transformation de +398%**. Deux minutes plus tard, le taux tombe à +98%. Et **24 heures après**, il n'améliore sa perspective de performance que de seulement **+17%**.

Le commercial **le plus rapide** à rappeler son prospect lors d'une consultation de plusieurs fournisseurs conclue la vente dans **50% des cas**

91% des clients accepteraient de faire des recommandations. Mais **seulement 11%** des commerciaux leur font cette demande.

TENACE

En 2007, il fallait en moyenne 3,68 appels téléphoniques pour **joindre un prospect**. Aujourd'hui, il faut **huit tentatives**.

Mais un commercial n'effectue que **deux tentatives** d'appels en moyenne pour contacter une cible.

Et seulement **2% des appels utiles** aboutissent à un rendez-vous commercial.

80% des ventes réalisées nécessitent en moyenne **5 appels** après le premier rendez-vous. Mais **44% des commerciaux** abandonnent leur suivi après la **première relance**.



🕒 Vendre en 2017

PERSUASIF

Dans une présentation commerciale écrite, les **visuels** sont **+60 000 fois plus rapides** à comprendre qu'un texte.

Après une présentation orale, **63% des participants** se souviennent des **récits**.
Seulement 5% d'entre eux mémorisent les statistiques.

Lors d'une intervention, ce sont les **5 dernières minutes** qui retiennent le plus l'attention

Alors ? Quelques enseignements après cette liste de statistiques :

Pour obtenir des contacts commerciaux, **aucun levier isolé** n'est la solution parfaite et rentable. C'est un compromis entre vos moyens, vos cibles et votre cycle de vente.

> **Associer les leviers** pour trouver la combinaison la plus performante

La trop faible réactivité et d'anticipation de votre force de vente. Définitivement, les commerciaux ne sont pas faits pour la prospection. Ils sont là pour vendre.

> Les **alimenter en opportunités d'affaires** pour les laisser se concentrer sur une **réponse immédiate**

Le client est une **personne**. Même dans des environnements très structurés, la relation personnelle est prépondérante pour la transformation et les ventes additionnelles.

> Mettre en œuvre les techniques qui permettent d'être **réactif et donner confiance**



🕒 Quelques références

