

Entretien de vente en 7 étapes

Étape N°1 : La préparation:

Étape la plus importante! Qui représente 80% de la réussite de l'entretien en effet,

Vous n'iriez pas à un examen sans réviser?

Vous n'imaginez pas un sportif de haut niveau participer à un match ou une épreuve sans s'échauffer!

De même pour la vente nous n'avons que rarement l'occasion de récupérer une vente ratée,

"Jamais nous n'avons deux fois la possibilité de faire une bonne première impression".

C'est la raison pour laquelle **la préparation** est essentielle.

Deux bonnes raisons de se préparer:

- gagner en confiance en soi.
- gagner en crédibilité et en efficacité.

Le préalable:

-Définir 3 objectifs: primaire / secondaire / tertiaire (objectifs de replis).

Par exemple: négocier une vente / obtenir un accord pour rencontrer le directeur des études / renforcer sa connaissance du circuit de décision....

-Connaître son offre sur le bout des doigts.

Réaliser la Check list du matériel Nécessaire : catalogue / démo / échantillons / toute preuve permettant d'appuyer l'argumentaire (étape ultérieure).

- Adapter son apparence au client ou prospect: le costume cravate sera certainement indispensable pour un commercial dans le domaine bancaire alors que cela pourrait devenir un handicap pour un vendeur de matériaux dans le domaine du Bâtiment.

Concrètement :

Pour une vente à un client existant:

Ressortez la fiche client.

Remémorez vous le style de comportement de votre interlocuteur. Comportement auquel vous allez devoir vous adapter.

Vous devrez aussi connaître l'historique du compte sur le bout des doigts CA/ budget / les problèmes qualité / logistiques / l'état des projets en cours / l'état des règlements...

Les principales réponses aux objections possibles.

Pour un entretien de prospection:

Il s'agira de collecter en amont toutes informations permettant de renforcer sa crédibilité, de rassurer le prospect:

- données sectorielles.

- actualité
- références.
- argumentaires.
- objections possibles.

Conseil: préparer une feuille de route permettant de réaliser la Check list de préparation Cette feuille de route permettra aussi de collecter les informations de découverte pendant les étapes ultérieures.

Passez à l'action: Modifiez votre approche en préparant vos entretiens et Notez le bénéfice acquis!

Etape N°2: La présentation.

Cette étape est primordiale: le premier contact va conditionner la totalité de l'entretien.

Objectif N°1 créer un climat de confiance propice à la vente.

Calibrez le style de votre interlocuteur: plutôt introverti / ou bien extraverti?

Adaptez votre débit de parole et le ton de votre voix à celui de votre client ou prospect.

Une méthode qui fonctionne: les 20 premiers pas / les 20 premiers gestes traduisent votre confiance en vous. Les 20 premiers mots les 20 premières secondes traduisent l'intérêt que vous portez à votre interlocuteur.

Brisez la glace (observez autour de vous, n'avez vous pas identifié dans le bureau de votre interlocuteur un objet, un tableau qui peut évoquer l'une de ses passions?)

Le non verbal: une astuce: adoptez la même posture que votre interlocuteur.

Les indispensables:

- remerciez votre interlocuteur.
- précisez le motif de l'entretien de façon claire.
- fixez le timing.
- proposez un plan d'entretien.
- présentez vous personnellement ainsi que votre société de façon concise et rapide (l'objectif - je vous le rappelle- est de mettre votre interlocuteur à l'aise afin qu'il se livre complètement.)

J'ai souvent été surpris de voir comment la présentation de mon parcours scolaire a permis d'identifier des points communs avec mes prospects (même école / connaissances en commun...)

Et puis - naturellement- invitez votre interlocuteur à prendre la parole à l'aide d'une question ouverte:

Un conseil pour finir: au delà des techniques de vente ayez toujours à l'esprit une chose essentielle: intéressez vous sincèrement à votre interlocuteur, ayez une envie sincère de le connaître.

Ne trichez pas, le plaisir que vous prendrez avec votre client sera proportionnel à votre efficacité.

Étape N°3: la découverte.

Cette étape doit vous mener à une connaissance parfaite de votre prospect et des motivations d'achat.

pourquoi la découverte?

imaginez un médecin qui vous prescrit une ordonnance sans vous avoir interrogé, sans vous avoir ausculté? inquiétant non?

La découverte va vous permettre de faire une offre ADAPTEE

5 règles pour gérer la découverte:

1- tracer un fil conducteur cohérent.

2- posez des questions claires et ouvertes

3- toujours aller du général au particulier (posez en premier des questions sur un thème général. maîtrisez les techniques de questionnement: questions qui font dire OUI pour gagner l'adhésion du client et questions ouvertes pour la découverte.

exemple:comment êtes vous organisé? qui est responsable de cette activité....

4- utilisez le silence cela oblige l'autre à le rompre (n'ayez pas peur du silence!).

5- ne pas oublier que les gens répondent qu'aux questions qu'on leur pose

Votre client ou prospect attend que vous vous intéressiez à lui et rien qu'à lui!

2 objectifs majeurs:

tout savoir sur l'entreprise:l'historique, les clients, les concurrents,le circuit de décision...

tout savoir sur les Motivations d'achat de votre interlocuteur.

et pour finir n'oubliez jamais que:

au delà des techniques de vente....

soyez SINCERE , INTERESSEZ VOUS SINCEREMENT A VOTRE INTERLOCUTEUR

c'est la meilleure façon d'éveiller en lui le désir de faire affaire avec vous!

Bonne découverte!

Étape N°4: La reformulation:

Durant cette étape vous allez chercher à être certain que vous avez bien compris les problématiques et les motivations de votre client ou votre prospect.

Pour ce faire une technique: reformuler.

" donc si j'ai bien compris vous recherchez quelque chose de pratique et pour vous l'important c'est le service après vente?"

c'est bien cela?

- OUI-

"et en plus l'aspect délai est aussi un élément sur lequel vous ne pouvez déroger?"

-OUI-

avez qu'une seule idée en tête: faire dire des OUI de validation à votre client.

A ce stade la vente est presque conclue car le client à exprimé clairement son besoin et ses motivations.

ATTENTION: il est tentant de vouloir passer cette étape et de basculer à l'étape suivante (l'argumentaire) cela est très dangereux, le risque c'est que le client oppose une objection sur un élément que vous avez mal compris pendant la phase de découverte.

L'autre intérêt de cette étape réside sur l'aspect psychologique que représente le OUI, en effet, le OUI engage votre interlocuteur.

il ne vous reste plus qu'a enchaîner naturellement sur la prochaine étape.

en résumé:

REFORMULER / ENGRANGER DES OUI.

Étape N°5: l'argumentation.

L'étape qui naturellement c'est Convaincre.

Cette étape va vous permettre de développer deux outils:

- l'argumentation.
- le traitement des objections.

L'argumentation c'est très simple cela veut dire qu'il faut simplement transformer les caractéristiques du produit ou de la prestation que vous vendez en BENEFICE pour le client.

l'objection d'un client est un élément POSITIF

Cela montre l'intérêt du client!

" un client qui discute le prix ou qui vous pose des objections est un client qui est intéressé!"

n'ayez pas peur des objections (nous verrons dans une prochaine formation la façon de répondre au objections)

une astuce pour répondre à une objection c'est d'abord de L'ACCEPTER.

" Oui Monsieur Durant je comprends que l'aspect économique soit un élément important pour vous, je vous propose de regarder en détail les différentes composantes de notre offre..."

Ensuite Validez avec votre client -REFORMULEZ- afin d'être sur que tout est bien claire. Le chemin de la vente est maintenant ouvert et la conclusion va arriver tout naturellement....

En résumé:

Argumentez

répondez aux objections

reformulez.

Et n'oubliez pas!

Soyez sincère, intéressez vous sincèrement à votre interlocuteur.

Étape N°6: La conclusion :

Bien souvent cette étape échoue parce que l'étape de la découverte a été baclé.

En effet si nous avons pris le temps de bien DECOUVRIR le problème du client et d'y apporter une solution c'est - a l'extrême- le client qui doit conclure de lui même. Cette phase doit être naturelle.

Si vous avez une appréhension cela provient des phases précédentes.
Le pire ennemie de la conclusion, c'est de ne pas conclure.

Ne pas hésiter à poser une question de façon naturelle à votre client:

- question fermée: "on y va comme ça?" "on commence Lundi?"
- question hameçon: " comment souhaitez vous être livré?"
- question alternative: " vous préférez le modèle N°1 ou le N°2..."

Une astuce si la conclusion ne se passe pas comme vous voulez: pensez à la vente partielle: proposez un essai sur 2 mois sans engagement par exemple...

Et n'oubliez pas!

Soyez sincère, intéressez vous sincèrement à votre interlocuteur.

Étape N°7: consolider la relation client.

Acquérir un nouveau client coûte 4 à 6 fois plus cher que fidéliser un client.
c'est la raison pour laquelle il conviendra, en permanence, de CONSOLIDER la relation avec ses clients.

Comment?

d'abord tout simplement en lui demandant: en contrôlant par tous les moyens la satisfaction de ses clients (n'est ce pas la base de l'ISO 9001?).(mise en place d'indicateurs / enquêtes de satisfaction...etc)

En élargissant son cercle de relations au delà des achats: bureau d'étude,logistique, qualité...

en s'efforçant de toujours aller au delà de la demande initiale du client (le petit plus qui fera la différence avec la concurrence).

en plaçant la qualité au cœur de la démarche...etc

voilà!

et pour finir n'oubliez jamais que:

au delà les techniques de vente....

soyez SINCERE , INTERESSEZ VOUS SINCEREMENT A VOTRE INTERLOCUTEUR

c'est la meilleure façon d'éveiller en lui le désir de faire affaire avec vous!