

LES 7 ETAPES DE LA VENTE

POUR STRUCTURER SA DEMARCHE COMMERCIALE

Une démarche commerciale ne s'improvise pas. Pour vendre, il faut un savant mélange de techniques de vente et de qualités commerciales du vendeur : enthousiasme, intelligence situationnelle, persuasion, etc. Vous avez prospecté et ciblé vos clients potentiels en amont ? Structurez votre démarche commerciale en suivant ces 7 étapes de la vente pour devenir un bon vendeur.

ETAPE 0 : EN AMONT, PREPARATION A L'ENTRETIEN COMMERCIAL

La préparation du plan de vente est une étape cruciale de votre démarche commerciale. Elle vous permet d'avoir tous les arguments de vente en tête, ainsi que les informations concernant votre prospect ou client afin de cibler au mieux votre stratégie.

Lors de l'entretien commercial, maîtrisez votre argumentaire et démontrez votre expertise produit. Une étude montre que plus de 40 % des commerciaux estiment ne pas toujours avoir les informations et les connaissances nécessaires avant de passer un appel téléphonique. Un constat alarmant quand on sait que 76 % des acheteurs attendent de leur interlocuteur une expertise produit et des conseils personnalisés pour prendre leur décision d'achat.

ETAPE 1 : PRISE DE CONTACT

Cette étape remplit deux objectifs : briser la glace – faites connaissance avec votre client et présentez-vous, et exposer les enjeux de la vente.

Ce jalon de la vente est court (quelques minutes suffisent), mais il conditionne à 80 % l'issue de la vente ! Faites attention à la première impression que vous laissez à votre interlocuteur : vous n'aurez pas deux fois l'occasion de vous présenter à lui. C'est dans les premières secondes de l'entretien que le client se fera une opinion de vous.

Pour donner la meilleure image de vous-même et laisser une première impression positive, soignez votre communication verbale et non-verbale :

- Apparence générale : faites preuve de professionnalisme dans votre tenue
- Langage corporel,
- Attitude, gestes : ne croisez pas les bras pour avoir l'air ouvert, par exemple
- Sourire,
- Elocution, etc.

ETAPE 2 : RECHERCHE DES BESOINS DU CLIENT

Pour l'étape 2, vous devez recueillir un maximum d'informations pertinentes et exploitables sur votre client. Pour cela, posez des questions ouvertes.

Demandez-vous ce que vous avez besoin de connaître sur le profil de votre client pour le convaincre davantage d'acheter votre produit ou service. Le but : trouver ses motivations d'achat, adapter votre argumentation en ce sens et susciter le désir d'achat.

ETAPE 3 : ARGUMENTATION

Si l'étape 2 a été réalisée correctement, votre argumentaire est personnalisé et adapté à votre client. Votre discours et vos techniques commerciales correspondent au contexte, aux besoins et aux motivations d'achat de votre client.

Parmi tous les arguments de vente à votre disposition, certains seront plus percutants que d'autres en fonction du profil de votre client. Vous pouvez appliquer la méthode CAP Soncas pour les sélectionner et être sûr d'argumenter de manière pertinente auprès de votre client.

Evitez le monologue à tout prix ! Impliquez le client pour l'engager dans chaque étape de la vente. Vous pouvez également lui poser des questions fermées pour faire valider votre argumentation commerciale d'un simple « oui ».

- Nous sommes d'accord sur ce point ?
- Cela répond-il à vos attentes ?

ETAPE 4 : TRAITEMENT DES OBJECTIONS

Selon une étude Forbes Insight, 58 % des acheteurs déclarent que les commerciaux ne sont pas capables de répondre efficacement à toutes leurs questions.

Une objection ne doit pas être considérée comme un obstacle mais plutôt comme un signe d'intérêt de la part du client. Il peut d'agir de questions ou de demandes de négociation. Dans tous les cas, votre client a besoin d'informations complémentaires pour faire son choix. Il est important de pratiquer l'écoute active : posez des questions sur les points bloquants et reformulez les objections pour lui montrer que vous comprenez sa préoccupation et que vous allez y répondre.

ETAPE 5 : NEGOCIATION COMMERCIALE

Avant de commencer à négocier, vous devez savoir présenter le prix au client et le défendre. Sachez pourquoi ce prix a été fixé à ce montant. N'oubliez pas que le prix ne résume pas une relation commerciale, il n'en est qu'un élément. Mettez en pratique vos techniques de négociation, et n'oubliez pas que cette étape est faite de concessions et de contreparties. A vous de juger où placer le curseur du prix pour que les deux parties soient satisfaites !

ETAPE 6 : CONCLUSION DE LA VENTE (CLOSING)

Votre argumentaire a convaincu votre client ? Votre négociation a abouti sur un accord ? Félicitations ! Les étapes de la vente suivies précédemment ont porté leur fruit. Vous n'avez plus qu'à conclure la vente. Si vous sentez votre interlocuteur intéressé, vous pouvez par exemple prétexter que l'offre n'est valable que pendant une période donnée (quelques heures, quelques jours, offre saisonnière) afin de le pousser à signer rapidement.

ETAPE 7 : PRISE DE CONGE

Votre vente est conclue, le client a signé, mais il reste une étape cruciale : faire durer la relation de confiance qui s'est installée entre votre client et vous. Pensez à la technique des 4R :

- Rassurer
- Remercier
- Raccompagner
- Revoir

Vous établissez ainsi une relation à long terme, tout en lui assurant qu'il a pris la bonne décision en choisissant votre produit. C'est ainsi que vous assurez la fidélisation de votre client.

Source : <https://www.appvizer.fr/>