



DIAGNOSTIC COMMERCIAL

Pour valider ou identifier les leviers de votre développement commercial

Objectifs

- Challenger la démarche commerciale existante ou prévue
- Déterminer les outils prioritaires pour votre développement commercial

L'intervenant

Un consultant de plus de 20 ans d'expérience terrain en ventes entreprises.

Exemple :

Thierry CRAYE

- Auteur du livre « Appels d'offres - Stratégie gagnante »
- Cité « consultant du mois » plusieurs fois par la revue Management
- Auteur de plus d'une trentaine de publications en France & Europe.

La démarche

Examen de vos processus de vente. Telle une auscultation de médecin, nous vous indiquons dans vos méthodes, celles qui à nos yeux sont d'une bonne efficacité, et celles qui sont perfectibles « vos feux verts, oranges, rouges ». Des premières recommandations sont apportées.

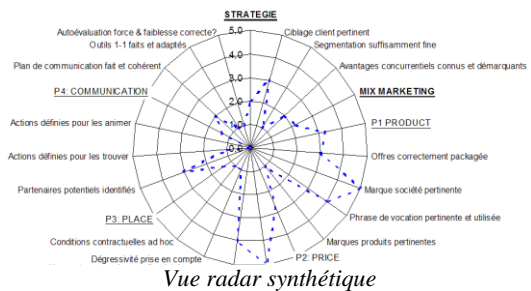
Points examinés

Le ciblage de vos prospects - La formalisation des offres produits/services - Marque utilisée - Votre politique tarifaire et contractuelle - Votre réseau de partenaires commerciaux - Votre communication - Vos outils d'aides à la vente (web, plaquettes, proposition commerciale ou devis, etc.) - L'organisation de vos équipes commerciales - Votre plan d'actions commerciales, votre prospection téléphonique, la gestion de vos entretiens de vente en face à face - Les outils de mesure.
Possible aussi : le plan de rémunération des équipes commerciales.

Certification

Fourniture d'un rapport (10 pages) formalisant :

- Une synthèse
- Les forces perçues
- Les outils prioritaires à développer
- Les recommandations principales



Suites possibles

Les leviers de performance identifiés permettent de définir des accompagnements souvent subventionnables (nous consulter):
Kit marketing, kit commercial, kit partenaires commerciaux, kit recrutement commercial, kit appel d'offres, etc.