



## KIT MARKETING

### Stratégie et Outils pour vendre

#### Objectifs

✍ Bâtir ou améliorer votre approche commerciale : stratégie, développement de vos outils principaux de communication et d'aide à la vente.

#### L'intervenant

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

Exemple :

Thierry CRAYE

-Auteur du livre « *Stratégie gagnante - Appels d'offres* »

-Primé plusieurs fois consultant du mois par la revue Management

-Auteur de plus d'une dizaine de publications en France & Europe

#### Prix

**Possibilités de subventions publiques:**

A partir de 3 300 € HT

**Subventionnable à 90%(\*)**

Condition principale :

Pour les dirigeants associés d'entreprises créées ou reprises depuis moins de 4 ans en Ile-de-France confrontés à un problème crucial de développement. Les professions libérales, artisans et commerçants sont également éligibles sous certaines conditions, notamment en termes d'emplois.

(\*) Sous réserve d'éligibilité.

Pour les entreprises situées en Ile-de-France, consulter le site du Conseil régional :

<http://www.iledefrance.fr/>

#### Optimisation de votre politique marketing

- ✍ **Ciblez** vos meilleurs prospects, et vos offres prioritaires.
- ✍ **Définissez ou affinez** vos moyens de conquête : politiques produit/service, marques sociétés et produits, prix, contrats, partenaires commerciaux, et communication.
- ✍ **Déterminez** les éléments clés qui impacteront vos clients :

*Pour vos offres, nous bâtissons ensemble, vos argumentaires par trois méthodes complémentaires et outils spécialement conçus à cette fin.*

*Ces argumentaires, seront la base de tous vos outils de communication, y compris pour votre approche orale.*

#### Bâissez vos outils de communication

- ✍ **Déclinez** vos argumentaires sur votre site web, vos plaquettes société/produit, vos présentations multimédias (PowerPoint, etc.), vos mailings, et vos propositions commerciales types.

#### Notre intervention comprend aussi

- ✍ Un guide complet de conseils, base de nos échanges **personnalisés** (environ 150 pages).
- ✍ Une remise de maquettes types (CD), comprenant de **nombreux outils**, dont un éditeur de mailings électroniques personnalisés.
- ✍ Un **accompagnement** sur vos premières conceptions d'outils commerciaux.
- ✍ Un **diagnostic et des recommandations** sur la réalisation de vos outils commerciaux.
- ✍ Un consultant **très expérimenté** : plus de 20 ans dans la vente et le marketing. Nos consultants sont tous eux-mêmes chef d'entreprise.

## Quiz : Testez votre démarche marketing

<b>Stratégie :</b>	<b>Outils de communication :</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pouvez-vous décrire instamment ce que vous offrez à vos clients, en moins de 10 mots ?</li> <li>2. Avez-vous cerné précisément le type d'entreprises qui peut générer le plus de revenus ?</li> <li>3. Avez-vous développé une ou des marques? (déposées ou non)</li> <li>4. Avez-vous préparé des packages d'offres, (ou briques commerciales de bases, si offres sur mesure)</li> <li>5. Avez-vous une bonne perception des prix pratiqués par votre concurrence ?</li> <li>6. Disposez-vous de plus de cinq partenaires pour prescrire ou vendre vos solutions ?</li> <li>7. Disposez-vous de contrats adaptés aux situations commerciales rencontrées ?</li> <li>8. Disposez-vous d'un argumentaire structuré et formalisé par écrit</li> <li>9. Mesurez-vous la satisfaction de vos clients ?</li> <li>10. Avez-vous développé un programme de fidélisation de vos clients ?</li> </ol>	<p>Disposez-vous des moyens suivants ?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un site Internet</li> <li>2. Une plaquette de présentation de votre entreprise</li> <li>3. Une brochure sur vos produits et services, (peut être incluse dans la plaquette ci-dessus)</li> <li>4. Une présentation multimédias (de type par exemple PowerPoint)</li> <li>5. Une base de données électronique sur vos prospects et clients ?</li> <li>6. Un outil pour faire des mailings électroniques personnalisés (avec insertion automatique par exemple du nom de votre correspondant dans le mail, cela exclut donc Outlook)</li> <li>7. Effectuez-vous au moins deux actions de communication de groupe par trimestre ? (mailing, lettre d'information, publicité, salon, etc.)</li> <li>8. Utilisez-vous vos clients acquis pour communiquer sur vos succès ?</li> </ol>

### **Vous avez obtenu moins de 8 « oui »**

Votre approche de la vente est simplifiée et vos cycles de vente probablement rapides. Votre équipe commerciale probablement réduite, privilégie davantage le contact direct avec ses clients. Votre communication de groupe (mailing ou autre...) est-elle existante ou suffisante ?

Toutefois, même si vos besoins sont réduits à ce jour, il est temps de réfléchir à des solutions pour augmenter les performances commerciales: Votre stratégie est-elle vraiment suffisamment affûtée ? Des outils de communication ne faciliteraient-ils pas les premières prises de contact ?

### **Vous avez obtenu entre 8 et 12 « oui »**

Votre activité commerciale est pensée, et l'optimisation de votre activité commerciale fait partie de vos préoccupations.

Vos processus intègrent de bonnes pratiques, et vous êtes sur la bonne voie.

Des solutions complémentaires vous feront gagner en visibilité, réactivité et efficacité.

### **Vous avez obtenu plus de 12 « oui »**

Votre stratégie et vos outils de communication semblent réfléchis. Vous avez mis en œuvre une automatisation de vos processus commerciaux.

Obtenez-vous les résultats souhaités ? Si oui bravo ! Il est peut-être intéressant de vous focaliser sur les réponses « non », et d'envisager des actions pour accroître davantage vos performances ou encore des actions focalisées sur vos équipes de vente, telles que des formations personnalisées.