

Les étapes d'une démarche commerciale efficace

Choisir un produit ou un service

Délimiter ses zones d'usage

Lister les besoins qu'il satisfait

Identifier des prospects possibles

Analyser leurs pratiques et repérer les process concurrents

Les comparer à notre produit ou notre service

Présente-t-il un avantage concurrentiel ?

- Est-il réel et conséquent.
- Nécessite-t-il des ajustements réalistes ? Si non :



Affiner la perception de la cible

- Identifier les différentes modalités d'achat,
- Repérer les décideurs et les prescripteurs.

Définir une tactique de commercialisation

- Les outils,
- Les modalités,
- Les personnes.

Concernant les personnes :

- Quels sont les profils nécessaires et ceux disponibles ?
- Faut-il des ajustements et des renforts ?
- Quels sont le coût et le temps nécessaire ?

Définir un prix de vente attractif pour le prospect.

Ce prix de vente dégage-t-il une marge suffisante eu égard à l'ensemble des coûts ?

Si non :



Débuter un test de commercialisation

Identifier le segment le plus perméable.

Pour cela définir qui, quoi, pour quoi, comment quand, combien.

Tester 3 cibles maximum et 3 modalités maximum.

Pour une démarche efficace : 4 règles

- Le marché visé au début est rarement le plus pertinent,
- Prendre le temps de faire chaque étape correctement : rigueur et souplesse,
- Pas d'a priori, pas de conclusion hâtive,
- Le processus est itératif : chaque information recueillie sur un point alimente les autres.