



Objective  
Management  
Group®

## ***ÉVALUATION EN VENTE***

**CLAUDETTE PIROUETTE**

2020



## **INTRODUCTION**

Nous vous remercions d'avoir rempli le questionnaire en ligne. Avant de lire votre évaluation personnelle complète, nous souhaiterions vous expliquer quelques-uns de ses concepts.

Tout d'abord, veuillez comprendre l'esprit dans lequel cette évaluation a été conçue. Son propos initial est de fournir des informations supplémentaires avec lesquelles accroître les ventes est un avantage conçu pour accroître les revenus pour vous et votre entreprise. En aucun cas, ceci ne vise à être négatif ou critique.

Deuxièmement, ceci n'est pas une évaluation psychologique ou un profil de personnalité; ainsi donc cela ne doit pas être lu comme une critique de vous en tant qu'individu. Vous devriez accepter cela comme un point de vue en lien avec à vos modes de pensée et action affectant votre réussite en tant que vendeur. Ceci pourrait vous aider à comprendre tout désaccord possible que vous pourriez avoir avec certaines parties de nos commentaires, qui sont entièrement basés sur les meilleures pratiques de vente actuelles. Bien que ce ne soit pas notre intention de contester votre système de valeurs personnel et des valeurs en vente, des performances acceptables pourraient significativement différer de vos croyances et attentes personnelles.

Cette évaluation vous compare à un vendeur idéal. Bien qu'une comparaison avec Monsieur/Madame Tout-le-Monde pourrait vous faire apparaître meilleur(e), cela ne servirait qu'à encourager la médiocrité.

Enfin, ne le prenez pas personnellement, ce n'est pas l'intention ici. Toutes les faiblesses identifiées dans les pages qui suivent sont uniquement liées à la vente, et non pas représentatives de défauts de caractère. Les changements que nous suggérons sont conçus afin de vous aider à contrôler plus efficacement le processus de vente, et avec pour résultat de raccourcir votre cycle de vente, vendre plus, et vendre plus souvent.

Avant d'aborder les découvertes résultant de votre évaluation, nous souhaiterions que vous preniez en considération la façon dont ces découvertes pourraient influencer sur votre rôle actuel.

Si vous êtes actuellement un gestionnaire de comptes (vous êtes régulièrement en contact avec les mêmes clients) ou un fermier (vous avez quelques comptes importants à développer) mais vous n'êtes que très peu impliqué dans le développement de nouveaux comptes/clients, vous pourriez penser que certaines découvertes de cette analyse ne s'appliquent pas à vous. L'objectif commun de la plupart des entreprises aujourd'hui est de découvrir si oui ou non leurs gestionnaires de comptes et fermiers peuvent évoluer d'un rôle centré sur la gestion de comptes et la prise de commandes à celui de vendeurs plus proactifs dont les compétences incluent aussi de chasser et de conclure de nouvelles affaires. Vous pourriez envisager le fait que si certaines des découvertes ne semblent pas s'appliquer, elles pourraient néanmoins avoir un sens dans le contexte d'une possible évolution de votre rôle dans un proche avenir.

Si actuellement vous chassez ou concluez de nouvelles affaires, les questions que vous devriez vous poser avant de prendre connaissance des découvertes sont :

- Est-ce que je m'y prends de la meilleure façon possible ?
- Y a-t-il des compétences importantes que je n'ai pas encore développées ou maîtrisées ?
- Y a-t-il des faiblesses m'empêchant d'être aussi efficace que possible ?

Ce rapport ne renvoie pas au succès que vous avez connu par le passé, mais tente d'illustrer dans quelle mesure vous pourriez être meilleur(e) si vous procédiez aux améliorations suggérées.

Nous vous remercions une nouvelle fois pour votre participation et vous souhaitons bonne chance dans votre poursuite de l'excellence en vente !

Objective Management Group, Inc.

Le présent document répondra à un certain nombre de questions à propos de votre efficacité actuelle concernant divers éléments de la vente, ou existe-t'il un potentiel d'amélioration, et comment pouvez-vous améliorer vos capacités en vente ? Ceci est regroupé dans les questions suivantes :

- Quelles sont vos capacités de vente actuelles ? (page 5)
- À quel point êtes-vous motivé et comment êtes-vous motivé ? (page 7)
- Pouvez-vous devenir meilleur à joindre les décideurs ? (page 10)
- Pouvez-vous optimiser votre cycle de vente ? (page 12)
- Pouvez-vous faire plus de ventes consultatives ? (page 15)
- Pouvez-vous vendre plus efficacement de la valeur ? (page 18)
- Pouvez-vous conclure plus efficacement ? (page 20)
- Suivez-vous un processus de vente efficace ? (page 24)
- Pouvez-vous établir des prévisions de ventes plus exactes ? (page 25)
- Pouvez-vous gérer plus efficacement les comptes existants ? (page 28)
- Pouvez-vous développer plus efficacement les comptes clients clés ? (page 29)
- De quel type de formation pourriez-vous bénéficier ? (page 29)

## Symboles utilisés dans ce document

Tout au long du présent document, nous utiliserons les symboles suivants afin de différencier compétences, atouts et croyances limitatives. La compréhension de ces trois séries de découvertes est la clé pour devenir un vendeur plus efficace.



**Compétences** - Ce sont généralement des tactiques et stratégies apprises, variant selon la situation.



**Atouts** - Ils sont une part intégrante de votre ADN de vente et supportent l'emploi de stratégies et de tactiques.



**Croyances** - Ces messages sont au coeur de votre ADN de vente, influençant vos comportements, et supportant ou sabotant vos résultats en vente.



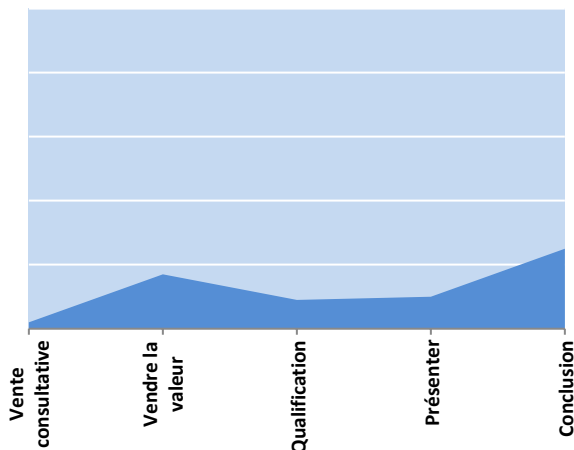
Indique un atout ou une compétence.



Indique un problème ou une faiblesse.

## QUELLES SONT VOS CAPACITÉS DE VENTE ACTUELLES ?

Vos capacités de vente actuelles sont parfaitement illustrées par l'examen du graphique ci-dessous.



L'interprétation du graphique suggère la présence chez vous des capacités suivantes :

**Vente consultative** - La vente consultative est une méthodologie de vente mettant l'accent sur le fait d'avoir une conversation productive, engageante, et suscitant la réflexion, et dans le même temps en identifiant les raisons incontournables d'acheter d'un prospect, en se différenciant de la concurrence et en démontrant concrètement la valeur de votre solution. Cela dépend de deux aptitudes clés : écouter et poser des questions. Dans ce contexte, vous ne disposez actuellement que de très peu des attributs nécessaires pour la vente consultative. Utilisez ce rapport afin d'identifier les lacunes au niveau des compétences en vente consultative, et débutez le processus de développement personnel.

**Vendre la valeur** - Vendre la valeur est important pour le succès en vente, car si une vente ou un client est gagné sur la base du meilleur prix, c'est aussi ce qui permettra à un concurrent de voler le client sur ce même critère. Dans ce contexte, vous ne disposez actuellement que de quelques attributs requis pour réussir à vendre la valeur. Utilisez cette évaluation pour identifier les fossés dans la compétence à vendre la valeur et débutez le processus de développement personnel.

**Qualifier** - Qualifier chaque opportunité de vente est crucial pour le succès en vente. La plupart des vendeurs soit l'ignorent ou le font à un moment inopportun, soit ne sont pas suffisamment rigoureux. Dans ce contexte, vous ne disposez actuellement que de très peu d'attributs pour qualifier efficacement. Cela peut mener à nourrir des illusions, un excès d'optimisme, des propositions inopportunes, des conclusions retardées, des opportunités d'affaires dont la conclusion échoue, et du temps perdu. Utilisez ce rapport afin d'identifier les lacunes au niveau de vos compétences pour qualifier, et débutez le processus de développement personnel.

**Présentation** - Les présentations et/ou démos efficaces ont moins à voir avec la connaissance du produit et la capacité à expliquer votre solution, qu'avec la capacité à présenter les informations appropriées, au moment opportun et d'obtenir la rétroaction adéquate. De plus, lorsqu'un individu dispose de bonnes compétences pour qualifier et faire de la vente consultative, il devient beaucoup moins important d'avoir d'excellentes compétences de présentation. En ce qui vous concerne, les compétences et le contexte de présentation ne sont pas très forts.

**Conclure** - Lorsque les prospects ne s'engagent pas ou n'acceptent pas d'acheter, des compétences pour conclure sont nécessaires afin d'aider les prospects à revenir sur leurs décisions, ou les aider à prendre une décision lorsqu'ils n'ont pas encore décidé. Dans ce contexte, vous ne disposez actuellement que de très peu des attributs pour conclure efficacement et avec cohérence. Ceci entraînera probablement des conclusions retardées, des pertes en ventes et reports. Utilisez ce rapport pour développer une meilleure compréhension des attributs concernés, et débutez le processus d'auto-amélioration.

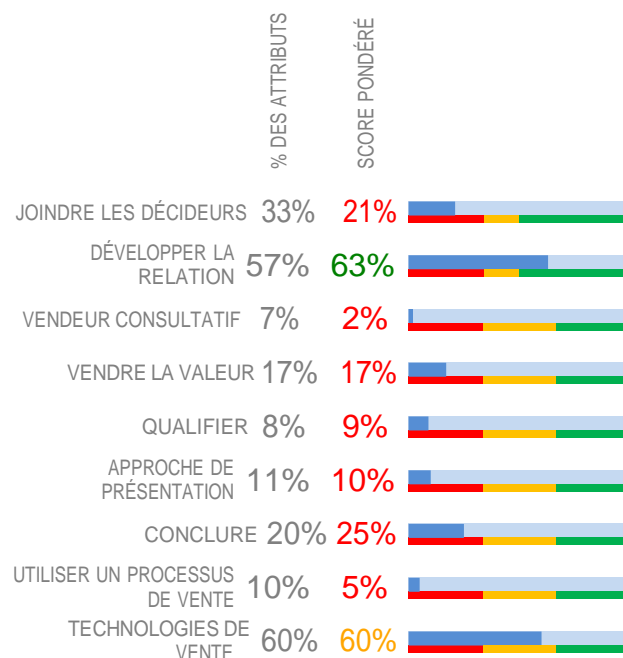
### Compétences pour vendre

Nous avons examiné diverses compétences afin de déterminer le pourcentage d'attributs que vous possédez pour chacune :

Les détails relatifs à ces compétences figurent dans d'autres sections de ce document, où ils ont été utilisés afin d'étayer nos réponses et découvertes. Les explications sont fournies avant les détails relatifs à chaque compétence, et vous permettent une meilleure compréhension de leur raison d'être.

Alors que nous présenterons nos découvertes étayées par des données pertinentes et continueront de répondre aux questions importantes soulevées, les compétences seront une part intégrante de ces réponses. Bien que la vente/vendre ne soit pas limité aux seules compétences - stratégies et tactiques - elles représentent 50% de l'équation. Les autres 50% sont formés par l'ADN de vente qui doit supporter l'emploi de ces compétences.

Il est extrêmement important de comprendre que **les vendeurs avec l'ADN de vente adéquat mais avec peu de compétences auront toujours de meilleures performances que les vendeurs ayant de bonnes compétences mais un ADN de vente moins que satisfaisant.**



### ADN de vente

Comme nous l'avons déjà mentionné, les compétences en vente ne constituent pas les seuls facteurs déterminant les capacités de vente. Le niveau global d'ADN de vente est encore plus important. Lorsqu'il est fort, l'ADN de vente supporte la capacité d'un vendeur à exécuter. Lorsqu'il est en deçà de ce qui serait souhaitable, l'ADN de vente entrave la capacité d'exécuter. L'ADN de vente inclut l'ensemble des vos forces associées à la vente. Le score d'ADN de vente, présenté ci-dessous, comprend six forces majeures qui ont l'impact le plus important sur les performances en matière de vente. Les pourcentages inférieurs représentent un ADN de vente qui nuira aux performances d'un vendeur.

N'a pas besoin d'être apprécié - Comme force, ceci supporte le fait de poser des questions. En tant que faiblesse, cela empêche les gens de faire tout ce qui selon eux pourrait énerver le prospect ou client.

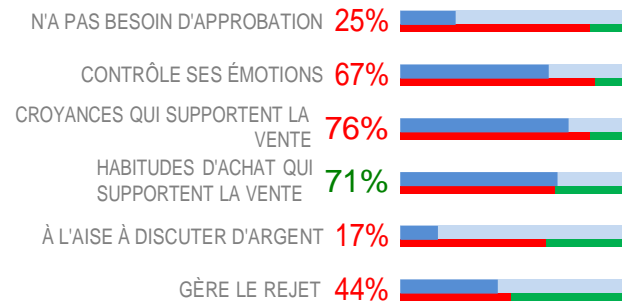
Contrôle des émotions - Comme force, cela supporte les capacités à écouter et poser des questions. En tant que faiblesse, cela empêche les vendeurs de rester en contrôle.

Croyances qui supportent la vente - Comme force, les croyances supportent des issues positives. En tant que faiblesses, les croyances sabotent la plupart des issues possibles.

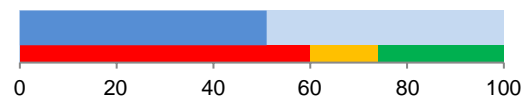
Cycle d'achat qui supporte la vente - Comme force, il soutient l'utilisation de stratégies et tactiques pour gérer les prospects qui comparent, magasinent, recherchent le meilleur prix et ont des difficultés à se décider. En tant que faiblesse, il laisse les vendeur sans défense face à ces comportements indésirables.

Confortable à discuter d'argent - Comme force, cela soutient le fait d'avoir une conversation en profondeur quant à l'argent. En tant que faiblesse, cela empêche les individus d'aider leurs prospects et clients à identifier les sources de financement pour payer pour vos produits ou services.

À l'épreuve du rejet - Comme force, cela supporte le fait de prospecter pour identifier de nouvelles opportunités d'affaires. En tant que faiblesse, cela empêche les individus de se remettre au téléphone après avoir essuyé un refus ou un rejet.



51%



Ce score suggère que votre ADN de vente interfère souvent avec votre efficacité en vente. Vous êtes peut-être efficace à maintenir vos comptes existants, mais vous éprouvez probablement d'importantes difficultés dans vos tentatives de développement de nouvelles opportunités d'affaires.



Vous croyez que  
"J'ai besoin de fournir des propositions"

## À QUEL POINT ÊTES-VOUS MOTIVÉ ET COMMENT ÊTES- VOUS MOTIVÉ ?

La motivation est plus importante que jamais, mais de nos jours les vendeurs et directeurs des ventes ne sont pas nécessairement motivés par l'argent. La motivation peut se présenter sous une forme intrinsèque, extrinsèque et/ou altruiste.

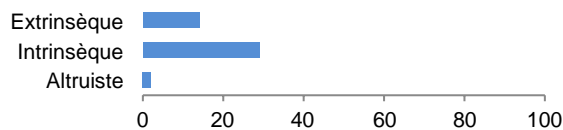
Les intrinsèques tendent à être motivés par la reconnaissance, l'épanouissement, la satisfaction, le plaisir, l'amour de la vente, la maîtrise, ou même par l'idée qu'ils ont quelque chose à prouver à autrui. Ils sont souvent plus réguliers dans un cycle de vente plus long et plus complexe.

Les extrinsèques tendent à être motivés par l'argent, les récompenses, gadgets, vacances et choses matérielles. Ils sont plus efficaces dans les cycles de vente plus courts et/ou avec des commissions plus élevées.

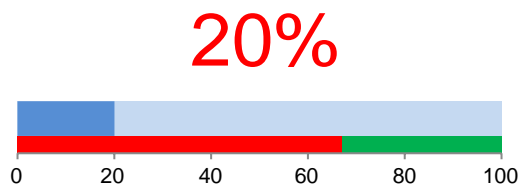
Les altruistes sont motivés par le fait de servir les autres sans se soucier d'eux-mêmes et en mettant les intérêts du client avant les besoins et les exigences de l'entreprise.

Votre style de motivation est :

## Intrinsèque



Votre niveau général de motivation est :



En ce qui concerne la vente, il ne semble pas que vous soyez pas très motivé(e). Pourquoi? Peut-être que vendre est simplement un travail pour vous plutôt qu'un choix de carrière que vous aimez par dessus tout. Il n'y a rien de mal au fait que vendre soit un travail plutôt qu'une activité qui satisfait vos ambitions, mais vous devez alors comprendre ce qui vous différencie des autres vendeurs et peut limiter vos efforts chercher des opportunités d'affaires.

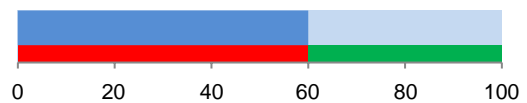


### Désir



Si vous n'avez pas encore rencontré le succès en vente, votre fort désir est la garantie que cela arrivera bientôt. Un désir fort, en plus d'être un élément crucial en vente, fournira l'incitation nécessaire pour exécuter les stratégies et les tactiques avec lesquelles vous n'êtes pas à l'aise. Continuez à hausser la barre et à établir de nouveaux standards pour vous-même.

60%

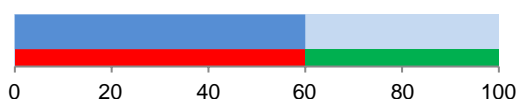




## ✓ Engagement

Un engagement élevé à obtenir davantage de succès en vente est un atout hautement souhaitable. Vous pensez que cet engagement est présent chez vous, et nous sommes d'accord avec cela. Lorsque l'engagement est fort, vous serez plus susceptible d'exécuter les stratégies et les tactiques avec lesquelles vous n'êtes pas à l'aise.

60%



## ✗ Moral

Vous avez indiqué qu'en matière de moral, vous avez encore des progrès à faire. Bien que nous sachions pas pourquoi vous pensez cela, vous le savez sans nul doute ! Le moral a un impact négatif sur le courage, et donc vous avez peut-être tendance à vous désister dans les situations difficiles et à devenir plus émotionnel que la normale. Procédez dès maintenant aux ajustements nécessaires, car vous aurez besoin d'un moral aussi bon que positif pour obtenir davantage de succès en vente.

## ✓ Prise de responsabilité

Vous ne cherchez pas d'excuses. Vous assumez la responsabilité lorsque vous n'atteignez pas les résultats souhaités, ceci constitue une excellente base pour votre amélioration et vos changements.

## ✗ Plaisir de la vente

Il semble que vendre ne vous procure pas de réel plaisir. Votre manque de plaisir peut influencer sur votre moral, ainsi que sur votre assurance et courage, et finalement sur vos résultats. Si vous poursuivez cette carrière, vous devez trouver un moyen d'en retirer plaisir et satisfaction ! Pendant les trente prochains jours, faites que votre objectif premier soit de prendre du plaisir durant vos appels de vente, et partant de là, laissez tout le reste s'organiser naturellement.

## ✗ Buts personnels

Il semble que vous n'avez pas de buts personnels spécifiques. Ceci est similaire à planifier des vacances et s'occuper de tout, sauf de définir une destination. Vous devez absolument mettre par écrit vos buts personnels, et ces buts doivent se fonder sur les rêves que vous souhaiteriez réaliser. Sans rêves et les buts qui leurs sont associés, vous pourriez ne jamais obtenir tout ce que vous souhaitez. Ne vous sous-estimez pas. Aussi difficile qu'il soit de définir des buts personnels, vous devez réserver du temps pour le faire, et commencez immédiatement. Votre premier but est de mettre par écrit vos buts dans un délai de sept jours.

## ✗ Buts concrets

Lorsque vous créez vos buts, assurez-vous qu'ils soient suffisamment importants pour vous personnellement pour susciter de l'urgence. Que se passerait-il s'ils l'étaient ? Est-ce que cela mérite un peu de temps cette semaine ?

## **Plan pour atteindre les buts personnels**

Après avoir défini et mis par écrit vos buts personnels, établissez un plan de gestion des objectifs. Énoncez exactement ce que vous devez faire pour atteindre vos buts et quand vous devez le faire. Il vous sera difficile d'atteindre vos buts si vous ne disposez pas d'un plan à suivre. Déterminez combien d'opportunités d'affaires vous devez générer afin d'atteindre vos buts, de même que les actions que cela nécessitera au quotidien.

## **Système de suivi des progrès**

Nous n'avons trouvé aucune trace d'un système de suivi. Votre succès peut être mesuré par le montant d'argent que vous avez gagné l'année dernière, néanmoins cela n'est pas une mesure de vos progrès actuels, ni ne suggère les ajustements devant être menés afin que vous puissiez atteindre vos objectifs d'ici la fin de l'année. Après avoir défini et mis par écrit vos buts et votre plan pour les atteindre, créez un système de suivi quotidien en comparant les actions quotidiennes requises telles que décrites dans votre plan à vos performances quotidiennes réelles. Tenez-vous imputable dans tous les secteurs cruciaux en terme de performance et attitude, et vous développerez ainsi une exceptionnelle régularité et cohérence.

## **Travailler de manière indépendante**

Vous avez tendance à préférer travailler en équipe plutôt que de travailler de manière indépendante. La question que vous devriez vous poser est de savoir si oui ou non, travailler seul influence sur votre énergie, vos efforts et votre efficacité.



Vous croyez que  
"L'argent n'est pas aussi important que cela pour moi"



Vous croyez que  
"Vendre n'est pas plaisant pour moi"



Vous croyez que  
"Un plan personnel n'est pas aussi important que cela pour moi"



Vous croyez que  
"Un système de suivi personnel n'est pas aussi important que cela pour moi"

## **POUVEZ-VOUS DEVENIR MEILLEUR À JOINDRE LES DÉCIDEURS ?**

Nous avons examiné un nombre de facteurs afin de déterminer si vous rencontrez les décideurs et ce qui peut potentiellement interférer.

### **Compétence à joindre les décideurs**

<b>Compétence à joindre les décideurs</b>		
Contacte les réels décideurs		
Pense que s'entretenir avec les décideurs est nécessaire	<input checked="" type="checkbox"/>	
Atteindre les décideurs est une étape clé		
N'a pas besoin d'être apprécié		
Ne commence pas le processus de vente avec les acheteurs	<input checked="" type="checkbox"/>	
Utilise les compétences en vente pour joindre les décideurs		
	% des attributs	33%
	Score pondéré	21%

### **Joindre les décideurs**

Il semble que vous avez connu des difficultés à vous retrouver face aux prospects responsables de la décision finale. La raison la plus courante est la conviction que vous "ne pouvez pas appeler cette personne" ou la crainte que quelqu'un (un subordonné ou quelqu'un aux achats) serait contrarié si vous contournez et vous passez de lui/elle. Les cycles de vente s'allongent, vos chances se réduisent et les réponses à vos questions sont beaucoup plus approximatives lorsque vous n'êtes pas avec la bonne personne. Débutez votre processus avec des appels visant les individus que vous pouvez atteindre ayant le rang le plus élevé, convainquez-vous que vous pouvez leur parler d'égal à égal, et apprenez à parler de choses importantes et pertinentes pour des individus dans cette position.

### **Pense que s'entretenir avec les décideurs est nécessaire**

Vous pensez qu'il est important d'avoir une conversation avec le décideur et pour cette raison il est plus probable que vous trouverez une façon de le faire. Ceci vous donne un avantage comparé à d'autres vendeurs qui ne croient pas que c'est important et ne tente pas de le faire.

### **Atteindre les décideurs est une étape clé**

Vous avez déclaré que joindre les décideurs n'est pas une étape clé de votre processus de vente, il est donc peu probable que vous allez les joindre. Les vendeurs qui ne parviennent pas à joindre les décideurs peinent à se différencier de leur concurrence.

### **N'a pas besoin d'être apprécié**

Vous faites partie de cette large majorité de vendeurs ayant un important besoin d'être apprécié par leurs prospects. Cet élément d'ADN de vente nuit à vos performances lorsque vous avez besoin de riposter, questionner ou mettre au défi les prospects, et que dans le même temps vous ne voulez pas qu'ils cessent de vous apprécier. Développement : Surmontez votre besoin d'approbation en essayant d'obtenir le respect de vos prospects plutôt que d'avoir besoin qu'ils vous apprécient.

### **Utilise les compétences en vente pour joindre les décideurs**

Il apparait que vous ne détenez pas les stratégies et tactiques qui vous aident à joindre les décideurs. Ceci peut vous empêcher de dénicher les vraies raisons d'acheter, pendant que certains de vos concurrents découvrent peut-être les motivations d'achat.

## Résumé

Vous n'avez pas encore les atouts nécessaires ainsi que les compétences requises pour joindre les décideurs. Avec le temps, et en association avec d'autres améliorations graduelles, développer la capacité d'atteindre cette étape clé peut raccourcir le cycle de vente, éliminer la compétition, accroître le taux de conclusion et aider à identifier les raisons incontournables d'achat. Les compétences stratégiques et tactiques de niveau avancé devraient vous aider à joindre les décideurs.

## **POUVEZ-VOUS OPTIMISER VOTRE CYCLE DE VENTE ?**

Afin de répondre à cette question, nous avons examiné les 11 facteurs qui historiquement supportent des cycles de vente plus courts. Les cycles de vente plus courts ne montrent aucun des effets résultants de conclusions retardées ou perdues au profit de la concurrence. Nous présentons les 11 facteurs s'appliquant à votre situation dans le tableau suivant.

- Prend des décisions – Les vendeurs qui prennent des décisions d'achat sans avoir besoin d'un temps de réflexion ont un ADN de vente qui supporte les stratégies et techniques pour aider leurs prospects à prendre leurs décisions.
- Vendeur consultatif – Si les vendeurs peuvent faire de la vente consultative, ils peuvent identifier les raisons incontournables d'acheter, un motivateur qui suscite l'urgence et raccourcit le cycle de vente.
- Qualifier – Si les vendeurs qualifient minutieusement, il y aura un nombre moindre d'occasions pour des démonstrations, devis, propositions et présentations prématurés qui conduisent à des conclusions retardées et à des opportunités d'affaires perdues.
- N'acceptera pas les objections – La capacité de poser une question suite à un report peut mener à conclure plus d'opportunités d'affaires dès la première opportunité de conclure.
- N'a pas besoin d'être apprécié – Un vendeur qui n'a pas besoin d'être apprécié accepte moins de reports car il n'a pas de préoccupation particulière lorsqu'il s'agit de poser une autre question, riposter, ou défier le prospect.
- Contrôle ses émotions – Si les vendeurs ne paniquent pas au coeur de la bataille ou ne deviennent pas trop enthousiastes lorsqu'ils entendent ce qu'ils veulent entendre, ils peuvent contrôler le processus de vente plus efficacement.
- Capable de discuter d'argent – Lorsque les vendeurs sont capables de discuter d'argent/de finances, ils sont plus à même d'identifier les budgets réels et confirmer la capacité d'un prospect à dépenser de l'argent. Ceci tend à éviter la plupart des délais imputés à l'argent.
- À l'épreuve du rejet – Lorsque les vendeurs ne sont pas affectés par les rejets, ils auront plus tendance à poser des questions pertinentes, appropriées et opportunes, même lorsqu'elles pourraient résulter en un "non".
- Scepticisme sain – Lorsque les vendeurs entretiennent un scepticisme raisonnable, ils sont à même d'éviter un optimisme excessif (entendre ce que vous voulez entendre), ne pas confondre reports et promesses, et ont une meilleure faculté pour déterminer des attentes réalistes.
- Croyances supportant la vente – Lorsque les vendeurs ont des croyances supportant des résultats de vente idéaux, ils rencontrent plus de succès.
- Processus de vente efficace – Quand le processus de vente se prête à des résultats répétables et souhaitables, les cycles de vente tendent à être plus court tandis que les ratios de conversion tendent à être plus élevés.

**Facteurs**

Prend des décisions	✓
Vendeur consultatif	
Qualifier	
N'acceptera pas les objections	✓
N'a pas besoin d'être apprécié	
Contrôle ses émotions	
Capable de discuter d'argent	
À l'épreuve du rejet	
Scepticisme sain	
Croyances supportant la vente	
Processus de vente efficace	

2

**✓ Prise de décision**

Vous prenez des décisions d'achat opportunes et cette croyance supportant la vente/ce comportement vous aidera à persuader vos prospects à prendre des décisions, en particulier lorsque vous employez une stratégie ou tactique efficace. Continuez à prendre rapidement des décisions et vous finirez par obtenir de la plupart de vos prospects qu'ils prennent des décisions dès la première occasion de conclure. Ceux qui sont incapables de prendre des décisions, constitueront l'exception.

**✓ Évite avec succès d'accepter des reports**

Les prospects mentent souvent laissant les vendeurs conjuguer avec leurs reports et faux-fuyants. Cela arrive aux nouveaux vendeurs, mais ce n'est pas le cas pour vous. Bien que la plupart des vendeurs perdent un temps précieux en continuant d'appeler des personnes qui ne sont pas réellement disposées à leur parler, vous êtes suffisamment solide pour pouvoir transformer ces reports en étapes suivantes et décisions concrètes.

**✗ Contrôle ses émotions**

Lorsque vos prospects vous prennent au dépourvu ou formulent des objections auxquelles vous souhaitez ne pas être confronté, vous devenez émotionnel. Ceci se produit à chaque fois que vous pensez, analysez, établissez une stratégie, vous vous inquiétez, devenez créatif ou ressentez de l'enthousiasme. Plutôt que d'être réellement à l'écoute de vos prospects, vous entendez votre propre voix vous énoncer une réponse préétablie, vous faisant en premier lieu perdre votre objectivité puis le contrôle de l'appel. Les réponses appropriées ne vous viennent pas à l'esprit, et vous vous retrouvez à lutter pour votre survie. Développement : Apprenez à contrôler vos pensées et émotions. Identifiez les situations pour lesquelles vous pouvez devenir vulnérable, et entraînez-vous à y répondre au travers de jeux de rôle jusqu'à ce que vous puissiez littéralement le faire même pendant votre sommeil.

**✗ Discuter d'argent**

Vous êtes mal à l'aise lorsqu'il s'agit d'avoir une discussion poussée au sujet d'argent avec vos prospects. Par conséquent, vous pouvez ne pas parvenir à déterminer le montant exact d'argent qu'un prospect dépensera pour votre solution. Vous pouvez aussi éprouver des difficultés à obtenir de vos prospects qu'ils "trouvent" l'argent quand ils "n'ont pas d'argent" ou "n'ont pas assez d'argent". Développement : Changez cette croyance limitative en commençant à discuter ouvertement d'argent avec les gens, à parler des choses que l'argent permet d'acquérir et des diverses façons de l'investir. En discutant plus ouvertement d'argent, vous serez plus à l'aise et plus efficace à aborder ces problèmes au niveau de vos appels de vente.



## Scepticisme sain



Vous faites confiance aux gens et cela n'est pas mauvais - néanmoins, dans le futur, il faudrait vous montrer plus sceptique quant à ce que vos prospects disent. Traiter avec un prospect est différent de socialiser avec des amis. Les prospects sont sur leurs gardes, tandis qu'en compagnie d'amis, ils ne le sont pas autant, voir pas du tout. Lorsque vous montrez trop de confiance envers les prospects, vous pouvez alors ne pas poser suffisamment de questions, poser les mauvaises questions ou confondre des faux-fuyants ou reports avec des promesses, et perdre ainsi du temps avec des prospects qui n'achèteront pas chez vous. Développement : Ne prenez pas pour argent comptant ce que vos prospects disent uniquement parce que c'est ce que vous souhaitez entendre. Reconnaissez que la raison d'un prospect pour retarder l'échéance est plus probablement un report ou faux-fuyant.



## Utiliser un processus de vente



Parfois, vous procédez d'une manière qui fonctionne efficacement et malheureusement, parfois vous ne le faites pas. Un processus de vente plus cohérent et fondé sur des étapes pourrait conduire à davantage de résultats reproductibles et cohérents. Sans plan, un maçon ne peut pas bâtir de maison; sans organigramme de présentation, un développeur de logiciels ne peut pas écrire de programme; sans diagramme schématique, un ingénieur en électronique ne peut pas produire de circuit imprimé, de même tenter de vendre sans suivre un processus de vente efficace conduit au mieux à des résultats irréguliers et inégaux. Déterminez quelles étapes doivent avoir lieu pour chaque appel, quel ordre ces étapes doivent-elles suivre et assurez-vous que ce soit bien le cas à chaque fois. Dans sa forme la plus simple, un processus de vente inclut plusieurs stades où pour une opportunité donnée, vous passez dans l'ordre suivant : du stade suspect à celui de prospect, de qualifié à pouvant être conclu, puis au stade conclusion. Ensuite, les étapes devraient être incluses dans les stades appropriés.

### Résumé

Vous ne disposez pas actuellement des facteurs supportant un cycle de vente court. Nous pensons que votre cycle de vente pourrait être significativement raccourci en suivant un processus de vente formel, structuré et fondé sur des étapes. Les autres facteurs, abordés dans d'autres sections de ce rapport, sont aussi importants, néanmoins le processus de vente aura l'impact le plus considérable à l'heure actuelle.



Vous croyez que  
"J'ai des difficultés à discuter avec mes  
prospects de leurs finances"

## POUVEZ-VOUS FAIRE PLUS DE VENTES CONSULTATIVES ?

### Qui fait de la vente consultative ?

La vente a considérablement changé depuis 2008.  
Les plus grands changements sont que :

- Il est plus difficile d'atteindre les prospects
- Les prospects n'ont pas le temps de vous rencontrer
- Il existe une résistance bien plus importante
- Les vendeurs tendent à être invités plus tardivement dans le cycle de vente
- Il existe bien plus de sensibilité au niveau du prix
- Les prospects sont beaucoup plus prudents quant à l'objet de leurs dépenses
- Il existe un besoin encore plus important de se différencier

La vente consultative est une approche permettant aux vendeurs de conjuguer avec les problèmes listés ci-dessus. C'est le concept le plus mal compris dans le domaine de la vente, avec pour conséquence que la plupart des individus sont convaincus qu'un vendeur se doit de poser des questions, d'identifier un problème et de proposer une solution. Ce n'est pas entièrement faux, néanmoins cela escamote le sens premier, et la plupart des vendeurs ne vendent pas de cette façon. À la place, ils disposent de quelques questions préparées à l'avance, en posent certaines, et lorsqu'une question pointe un problème, ils commencent à évoquer une solution.

Lorsque la vente consultative est adéquatement menée, cela peut aider un vendeur à se différencier, à vendre de la valeur et parfois à être perçu comme un conseiller de confiance. Cela ne peut se produire que lorsqu'un vendeur a posé suffisamment de questions (des dizaines) afin d'examiner la situation de façon la plus exhaustive que possible, et d'arriver à une discussion relative aux problèmes, opportunités, implications, les personnes concernées ou affectées, et les résultats potentiels. Autant la vente consultative dépend-elle de compétences particulièrement élevées lorsqu'il s'agit de questionner, une capacité d'écoute tout aussi développée et égale est un élément encore plus important.

### Compétences pour la vente consultative

Capable de se concentrer		
Identifie les raisons incontournables d'acheter		
Raisons d'acheter sont incontournables		
Capable d'écouter/de questionner avec facilité		
Pose suffisamment de questions		
Pose de bonnes questions		
Amène les prospects au-delà de l'atout "Nice to have"		
Développera la confiance *		
Capable de poser des questions difficiles		
Ne tient rien pour acquis		
Gère un niveau approprié de patience		
Comprend comment les prospects achèteront		
Développe des relations fortes **		☑
Présentation aux moments opportuns		
Scepticisme sain		
	% des attributs	7%
	Score pondéré	2%

\* Le tableau suivant fournit de l'information supplémentaire sur votre habileté à bâtir la confiance.

### Bâtir la confiance

Gagne la confiance rapidement		
Vendeur avec un niveau élevé d'intégrité		
Clients partagent de l'information rapidement		☑
Est contacté en premier par les clients		
Développe les rapports rapidement		☑
Sympathique		☑
	% des attributs	50%
	Score pondéré	39%

\*\* Le tableau suivant vous donne des informations additionnelles sur vos capacités à développer des relations.

### Développer la relation

Développe les rapports rapidement	✓	
La relation est un facteur clé pour gagner de nouvelles opportunités		
Relations génèrent des nouvelles opportunités d'affaires	✓	
Développe des relations fortes à travers le temps	✓	
Les clients suivent vers les nouvelles entreprises	✓	
Pense que se faire des amis représente le meilleur atout		
Extraversion supporte le développement de relations		
	% des attributs	57%
	Score pondéré	63%

### ✓ Développement de relations rapidement au cours du processus de vente

Votre capacité à rapidement établir un rapport lors de la première conversation aide vos prospects à se sentir plus à l'aise pour partager avec vous des informations importantes. Ceci vous permet un contrôle plus accru sur un cycle de vente court. Développement : Continuez à établir des rapports rapidement lors du premier appel, et utilisez cela afin de recueillir autant d'informations pertinentes que vous le pouvez.

### ✗ Poser de bonnes questions

Vous ne semblez pas être très à l'aise pour poser des questions, un problème que de nombreux vendeurs ont en commun avec vous. De bonnes questions vous aident à découvrir des informations cruciales, à vous différencier de vos concurrents et à raccourcir le cycle de vente. Développement : Au cours de vos conversations, essayez de poser les bonnes questions et prêtez attention aux changements conséquents.

### ✗ Pose suffisamment de questions

Vous parlez peut-être un peu trop lors de vos appels de vente. Ceci peut interférer avec votre capacité d'écoute et à obtenir des réponses aux questions importantes. Les vendeurs qui réussissent parlent moins de 50% du temps. Développement : Essayez de poser plus de questions, et développez vos aptitudes à écouter. Essayez de poser plus de questions de type "comment" et "pourquoi" après que vos prospects aient partagé des informations.

Apprenez à être plus curieux et parlez moins de ce que vous connaissez. Ces quelques conseils vous aideront à maintenir plus de contrôle sur les appels de vente.

### ✗ Identifie les raisons incontournables d'acheter

Vous avez été incapable d'identifier de façon continue les raisons incontournables de vos prospects d'acheter chez vous plutôt que chez vos concurrents. Ceci peut arriver lorsque vous leur fournissez vos raisons d'acheter plutôt que de leur demander les leurs. Développement : Comprenez combien il est important d'entendre vos prospects partager ces raisons, et développez les questions qui vous aideront. Une fois mises en application, vous disposerez d'un avantage bien plus considérable sur vos concurrents.



## **Comment les prospects prendront leurs décisions d'achat**

Vous pouvez peut-être découvrir qui prendra la décision d'acheter, néanmoins il n'apparaît pas que vous soyez à même d'apprendre quel processus ils utiliseront afin de décider d'acheter ou non chez vous. Les prospects dépendent de leurs processus uniques pour savoir instinctivement s'ils sont en train de prendre une bonne décision. Ceci est un facteur décisif pour gagner des affaires, et sans cela vous pourriez ne pas être aussi efficace que vous pourriez l'être dans des situations concurrentielles. Développement : Identifiez et utilisez leur processus afin de les aider à prendre la décision de faire affaire avec vous !

## **Évitez avec succès de présumer des choses**

Vous avez tendance à faire des suppositions au cours de vos appels de vente, et bien qu'il soit possible que vous soyez très perceptif, les vendeurs opérant selon leurs intuitions, se trompent le plus souvent. Il n'existe rien de mieux que de disposer d'informations factuelles. Si vous vous retrouvez à faire des suppositions, rappelez-vous que la probabilité que vous ayez raison n'est pas aussi élevée que cela. Développement : Si vous devez à tout prix faire des suppositions, veuillez à les émettre de vive voix et permettez à vos prospects de valider ou de corriger ce que vous pensez être vrai ou correct.

## **Habilité à poser des questions difficiles**

Ainsi que mentionné précédemment, votre besoin d'approbation peut interférer avec votre capacité à poser des questions pertinentes. Veuillez vous reporter à l'explication de Chasser.

## **Capable d'écouter/de questionner avec facilité**

Ainsi que mentionné précédemment, vous avez des difficultés à contrôler vos émotions, rendant difficile pour vous d'écouter et questionner efficacement. Reportez-vous à l'explication de Chasser.

## **Bâtir la confiance**

Dave Kurlan, dirigeant d'Objective Management Group, a récemment publié un livre blanc intitulé "The Trust Project - When and Why Salespeople Aren't Trusted." (le projet confiance - quand et pourquoi les vendeurs n'inspirent pas confiance). Le livre a révélé qu'en général les vendeurs n'inspiraient pas confiance, et plus particulièrement auprès des femmes. Pour certains secteurs (assurance-vie, auto, rénovation de maisons), la situation est pire que dans d'autres (services aux entreprises, ventes aux industries), et les vendeurs, notamment les hommes jeunes, doivent établir des relations de confiance afin d'avoir une chance de réussir.

Développement : Vous devriez développer votre capacité à établir des relations de confiance ainsi que de faire preuve d'intégrité. Ceci est plus important que jamais, car comme nos dernières recherches l'ont révélé, la confiance peut résolument faire toute la différence – peut-être encore plus que le prix ou la qualité.

## Niveau de patience approprié

On se fait dire que la patience est une vertu et il semble que vous ayez assez de patience pour en donner à d'autres. Cependant, certaines situations de développement d'affaire dans lesquelles vous montrez trop de patience feront que vous allez accepter des reports, délais et fausses promesses, avec pour conséquence un cycle de développement des affaires plus long que nécessaire. Lors du prochain report de votre client potentiel, vous devez vous exprimer franchement votre position et être moins patient que vous ne l'avez été par le passé.



### Résumé

Vous ne disposez pas encore des atouts et compétences nécessaires pour faire plus de vente consultative. La bonne nouvelle est que d'importantes améliorations sont possibles, et avec la formation et le coaching appropriés en vente, vous pourrez devenir un vendeur consultatif dans un proche avenir.



Vous croyez que  
"Ce n'est pas OK de confronter un  
client"

## **POUVEZ-VOUS VENDRE PLUS EFFICACEMENT DE LA VALEUR ?**

Lorsque les vendeurs considèrent qu'ils ont besoin de prix plus compétitifs ou des prix les plus bas, pour gagner des opportunités d'affaires, il existe une probabilité élevée qu'ils ne sont pas efficaces pour vendre de la valeur. Afin de répondre à la question de savoir si vous pouvez être plus efficace à vendre de la valeur, nous avons examiné les facteurs suivants, aussi indiqués dans le tableau ci-dessous :

- Découvre pourquoi les prospects achèteront – La capacité d'un vendeur à identifier les raisons incontournables d'acheter du prospect aide le vendeur à identifier où réside la véritable valeur dans une opportunité.
- Se concentre sur la valeur et non le prix – Lorsque les vendeurs achètent de la valeur plutôt que de rechercher le prix le plus bas, ils sont plus susceptibles de se montrer efficaces pour vendre de la valeur. Les vendeurs qui magasinent rencontrent le plus de difficultés pour maintenir les marges, créer et vendre de la valeur, ainsi que pour être compétitifs vis à vis de leurs concurrents proposant des prix inférieurs.
- Confortable à discuter d'argent – Quand un représentant des ventes est mal à l'aise d'avoir une discussion financière, il peut y avoir un impact négatif significatif sur toutes les occasions où le prospect n'a pas les moyens financiers ou ne voit pas la valeur de l'offre.

- Seuil de tolérance à l'argent élevé – Un vendeur avec un seuil de tolérance élevé à l'argent doit être en mesure de demander beaucoup d'argent ( à ne pas confondre avec être capable de discuter d'argent) sans égard quant au fait que le montant demandé pourrait représenter "beaucoup d'argent" pour lui à titre personnel.

### Compétence à vendre la valeur

Se concentre sur la valeur et non le prix	
Confortable à discuter d'argent	
Seuil de tolérance à l'argent élevé	✓
Essaye de vendre la valeur	
Le processus de vente supporte la vente de valeur	
Découvre pourquoi les prospects achèteront	
N'a pas besoin d'approbation	
Pose d'excellentes questions	
Pose assez de questions	
Évite de faire des suppositions	
Développe les rapports rapidement	✓
Ne se sent pas obligé de faire des soumissions	
	% des attributs 17%
	Score pondéré 17%

### ✗ Marges



Quel chasseur d'aubaines vous faites ! Si quiconque souhaite savoir où trouver le meilleur prix, c'est à vous qu'ils devraient s'adresser en premier. Certains défenseurs des consommateurs encouragent cette approche, mais elle ne supporte pas un processus de vente efficace. Votre tendance à rechercher le prix le plus bas vous rend vulnérable face aux prospects recherchant eux aussi les prix les plus bas. Puisque vous comprenez ce comportement, vous serez tenté d'abaisser si possible votre prix. Quand vous ne pouvez plus abaisser votre prix, il peut alors s'avérer difficile pour vous de vendre la valeur de vos solutions au prix plus élevé. Développement : Remédiez à ce problème en changeant vos habitudes d'achat, ainsi que cette croyance limitative, jusqu'à ce que votre besoin de trouver le prix le plus bas ait disparu.

### ✗ Magasineurs



Vous magasinez lorsque vous faites un achat important. Bien qu'il n'y ait aucun mal à cela, cela pourrait nuire à votre succès en vente. Lorsque vous magasinez, explorez vos options et comparez, cela peut vous conduire à accepter un même type de comportement de la part de prospects souhaitant vous comparer à d'autres. Développement : Changez cette croyance limitative/ce comportement en choisissant uniquement un magasin/fournisseur chez qui vous souhaitez acheter. Lorsque ceci deviendra finalement normal pour vous, vous ne montrerez plus autant de compréhension lorsque vos prospects souhaiteront VOUS intégrer à leur magasinage. À partir de ce moment-là, vous serez à même d'employer n'importe lesquelles de vos stratégies et de vos tactiques efficaces afin de décourager les vellétés de magasinage chez vos prospects plutôt que de les encourager.

### ✓ Tolérance à l'argent



Vous avez une plutôt bonne conception de ce que représente " beaucoup d'argent". Ceci devrait vous aider avec les prospects qui pensent que vous demandez "beaucoup trop" d'argent pour ce que vous vendez. Du fait que cela ne s'apparentera pas à " beaucoup trop " pour vous, les tentatives de changer leur perception seront supportées par cette croyance positive.

### ✗ Essaye de vendre la valeur



Lorsqu'un prospect veut un prix plus bas, vous avez tendance à accorder une baisse ou à négocier. Essayez plutôt de répondre à ces situations en expliquant la valeur que votre produit ou service offrira au prospect.

## Résumé

Il ne semble pas que vous soyez capable aujourd'hui de vendre efficacement de la valeur. Vous aurez besoin de formation et de coaching, mais si vous êtes disposé à changer la façon dont vous faites des achats pour vous-même, et résistez à la tentation de toujours rechercher le meilleur prix, vous pouvez devenir capable de vendre de la valeur à l'avenir.



Vous croyez que  
"Je dois avoir le meilleur prix"

## POUVEZ-VOUS CONCLURE PLUS EFFICACEMENT ?

### Compétence pour conclure

Les compétences pour conclure nous aident à comprendre si oui ou non, vous disposez des attributs qui vous permettront de convertir les opportunités qualifiées au moment où elles peuvent être conclues. Certaines opportunités sont conclues plus tard que prévu, du fait qu'elles ne le furent pas lorsque la première occasion de conclure s'est présentée. Vous vous êtes peut-être réjoui d'avoir conclu ces affaires ultérieurement, néanmoins elles n'ont pas été conclues au moment où elles auraient dû l'être - à savoir : à la première occasion de conclure.

Bien que les compétences pour conclure expliquent de ce que vous êtes capable d'accomplir **au** moment de conclure, signer un nouveau contrat relève bien plus de facteurs précédant l'étape de conclusion du processus de vente, dont nous avons, pour la plupart, déjà discuté :

- Compétences en vente consultative
- Compétences pour qualifier
- Processus de vente (plus loin dans le document)
- Compétences relatives à la posture pour la vente (plus loin dans ce chapitre)
- Présenter (plus loin dans ce chapitre)

### Compétence pour conclure

Fait accepter aux prospects de prendre une décision		
Rencontrera les décideurs		
Trouvera un moyen de conclure		
Peu susceptible d'accepter les "temps de réflexion"	✓	
Peu susceptible d'être perturbé par les reports	✓	
Gère un niveau approprié de patience		
Urgence à conclure		
N'espère pas être apprécié		
Restera concentré au moment de conclure		
Ne fera pas des soumissions inappropriées		
	% des attributs	20%
	Score pondéré	25%

## **Obtient des décisions de la part des prospects**

Vous n'avez pas collaboré avec vos prospects, ni agréé à l'avance quant au moment de la prise de décision. Quand les décisions ne sont pas convenues à l'avance, votre cycle de vente peut être plus long que nécessaire, et la tenue de vos présentations et soumissions de vos propositions peuvent se produire sans décision. Développement : Vous devriez vous efforcer de parvenir à un accord concernant les étapes suivantes pour l'ensemble de vos appels, en déterminant ce qui doit être accompli (formellement - non pas en terme de résultats) à l'étape suivante et en obtenant l'accord de votre prospect.

## **Timing des propositions et/ou devis**

Il est bien de voir les propositions (ou devis) que vous générez permettre de remporter des affaires, néanmoins la plupart des propositions ne sont pas gagnantes. Beaucoup de temps et d'énergie sont perdus à préparer des propositions. Vous pouvez être bien plus efficace, si vous savez à l'avance si oui ou non, vous concluez l'affaire. Développement : Préparez des propositions uniquement pour ces commandes, ventes et affaires que vous remporterez. Posez plus de questions à vos prospects, et obtenez un engagement ferme avant d'élaborer une proposition.

## **Urgence de conclure**

Vous avez sans doute besoin de développer votre urgence à conclure. Vous pouvez éprouver plus de difficultés à conclure une vente lors de votre première tentative en raison de ce manque d'intensité. Les appels de vente finissent souvent sans qu'aucune décision ne soit prise, et il se peut que vous évitiez et craigniez de poser des questions difficiles. Développement : Développez votre urgence de conclure en accordant plus d'importance à l'achèvement de votre processus de vente et, à terme, à la possibilité de conclure dès que la première véritable occasion de conclure se présente.

## **Capacité pour un cycle de vente plus court**

Vous paraissez disposer des attributs nécessaires pour raccourcir votre cycle de vente. Nous vous avons présenté les problèmes subsistants, s'il en est, et vous disposez de l'opportunité de procéder aux changements qui vous permettront de raccourcir significativement votre cycle de vente à l'avenir.

### **Posture pour la vente**

Bien que l'efficacité en vente soit généralement mesurée par le biais des revenus générés, la vente implique bien plus que le seul résultat final. Bien trop souvent, le résultat final s'avère être simplement la somme de divers éléments, un sous-produit de la motivation, détermination, des atouts, compétences, capacités, stratégies, tactiques et posture d'un vendeur.

Le tableau suivant présente les qualités supportant une posture efficace, et si oui ou non, vous êtes capable de positionner efficacement vos produits, services ainsi que votre entreprise, et laisser une impression durable.

Les points d'interrogation indiquent que vous êtes ni fort, ni faible concernant cette qualité particulière.

### La posture pour la vente

Bonne image de soi	
Développe les rapports rapidement	✓
Optimisme en vente	
Affirmation en vente (Trop timide)	
Empathie dans la vente (Non supportant)	
Niveau de patience approprié	
Développera la confiance	
Privilégie l'écoute par rapport à la parole	
Scepticisme sain	

11%

### ✗ Image de soi

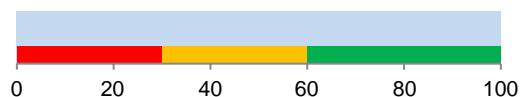


Vous avez indiqué avoir une forte image de vous-même, un attribut crucial en vente. Cela vous aidera à surmonter vos difficultés et lacunes, du fait que vous vous sentez bien dans votre peau et vous efforcez de vous améliorer. Néanmoins, vous n'êtes pas totalement à l'épreuve des rejets, suggérant que votre estime de soi n'est peut être pas aussi forte que vous le pensiez. Développement : Continuez à travailler sur l'image que vous avez de vous-même, jusqu'à ce que les rejets n'influencent plus sur ce que vous êtes ou comment vous vous ressentez vis-à-vis de vous-même. Cela vous renforcera !

### ✗ Optimisme en vente



L'optimisme en vente mesure si vos attentes supportent les retombées positives en vente. Votre optimisme en vente est relativement faible, ce qui indique que vous n'avez pas tendance à attendre un dénouement positif pour les situations de vente. Les clients potentiels peuvent sentir ce manque d'optimisme et cela peut influencer négativement les probabilités d'acheter chez vous. Bien qu'il soit important d'avoir un niveau de scepticisme sain, essayez de penser de façon plus optimiste pour améliorer l'impression que vous laissez à vos prospects.



### ✗ Affirmation en vente

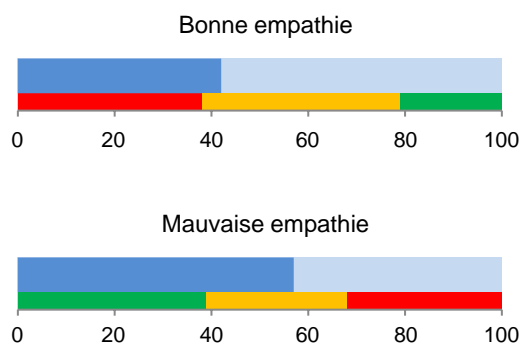


L'affirmation en vente permet de mesurer comment un vendeur gère son ego en situation de vente. Vous disposez d'un égo trop timide qui est guidé par le besoin d'approbation. Les représentants timides ont tendance à faciliter plutôt qu'à orchestrer et évitent de poser des questions difficiles, confronter et prendre des risques.



## ⊗ Empathie dans la vente

Vous disposez d'empathie, et elle est sous forme d'une combinaison neutralisante. Vous avez un certain niveau de « bonne » empathie, ce qui vous aide à mieux comprendre les problèmes et difficultés de vos prospects. Vous avez aussi un peu de « mauvaise » empathie qui vous pousse à être sensible aux faux-fuyants, reports et excuses de vos prospects.



### Présenter

Nous allons analyser la présentation d'une façon qui est peut-être différente de ce que vous avez eu l'habitude de voir historiquement. Les forces de vente modernes doivent vendre de façon consultative et présenter des solutions à des prospects entièrement qualifiés. La majorité des représentants échouent dans cette phase et présentent beaucoup trop tôt dans le processus de vente. Nous allons analyser les comportements de vente et leurs résultats qui expliquent si la présentation survient au bon moment, avec les bonnes personnes et pour les bonnes raisons. Nous allons expliquer si vous êtes trop axé sur la présentation ou non, en identifiant vos tendances de présentation ou le degré auquel vous vous fiez à la présentation pour vendre.

### Compétence pour l'approche et le contexte de présentation

Privilégie l'écoute par rapport à la parole		
Est capable de limiter la conversation sur l'entreprise, les produits et les solutions au minimum.		
Ne se sent pas obligé de présenter		
Ne s'appuie pas trop sur l'éducation des prospects et la présentation		
Ne pense pas que présenter est synonyme de contrôler le processus de vente.	<input checked="" type="checkbox"/>	
Ne croit pas que faire une proposition est la partie la plus importante du processus de vente		
Ne se sent pas obligé de faire une proposition ou une soumission		
Pose suffisamment de questions		
Ne tient rien pour acquis		
	% des attributs	11%
	Score pondéré	10%

### Sévérité combinée

Ce tableau présente la sévérité combinée des facteurs qui influencent la conclusion des ventes.

#### Facteurs

Utiliser un processus de vente	
Vendeur consultatif	
Vendre la valeur	
Qualifier	
Présenter	
Conclure	
	0

### Résumé

**Vous ne disposez pas actuellement des éléments de base nécessaires pour conclure efficacement les ventes ne se concluant pas facilement.** Afin de devenir plus efficace dans la conclusion des ventes, vous devez participer à une formation en vente approprié et bénéficier d'un coaching adéquat.

## SUIVEZ-VOUS UN PROCESSUS DE VENTE EFFICACE ?

Il est extrêmement important de disposer d'un processus de vente adapté et basé sur des étapes . Sans cela, trop de temps peut être perdu avec un prospect donné dans un cycle de vente particulier lorsque, sans le savoir, des étapes cruciales sont ignorées. Un processus efficace garantit des résultats constants et favorables, et généralement évite de vous faire perdre un temps précieux avec des opportunités peu susceptibles d'être conclues, encore plus particulièrement dans le cas de cycles de vente longs. Il ne fait aucun doute qu'un processus de vente puissant avec des échéances clairement définies offrira des résultats plus réguliers, prévisibles et plus fructueux.

### Compétence avec un processus de vente centré sur les critères

Suit des étapes	
Le processus intègre la plupart des étapes clés	
Le processus suit une séquence adéquate	
Résultats constants et efficaces	
Perd peu de temps	
A et/ou suit un processus efficace	
Utilise une approche efficace	
Basé sur la relation	✓
Maitriser les outils CRM	
Utilisation stratégique des cartes de pointage de vente	

% des attributs	10%
Score pondéré	5%

Ainsi que mentionné précédemment, vous ne disposez pas actuellement d'un processus de vente efficace. Les découvertes ci-dessous illustrent ce problème, pouvant généralement être traité en mettant en place un processus de vente solide.



### Contrôle du processus de vente



Vos prospects ont le contrôle de vos appels de vente, bien que cela ressemble pour beaucoup à un jeu de concessions mutuelles. Lorsque vos prospects ne partagent des informations cruciales, ne font pas ce qui leur est demandé, ne vous parlent pas de leurs problèmes ou ne vous expliquent pas pourquoi et comment vont-ils acheter chez vous, alors ils disposent de tout le pouvoir. Vous constaterez peut-être que poser des questions plus spécifiques vous aidera à avoir plus de contrôle. Rappelez-vous que le prospect dispose du contrôle complet lorsque vous êtes en train de parler. Lorsque vous écoutez, vous avez le contrôle. En obtenant des informations exactes et dignes de foi, vous disposerez du contrôle nécessaire pour gagner ces opportunités d'affaires.



### Évite de perdre du temps avec des prospects non-qualifiés



Vous devez reconnaître que le temps que vous passez avec des prospects n'achetant pas est bien trop important. Cela est très décourageant, souvent démotivant et très coûteux. Cela peut souvent résulter d'une incapacité à se retrouver face aux décideurs finaux, à déterminer les budgets réels ou à obtenir des engagements. Développement : La mise en place d'un processus de vente plus efficace mènera à une réduction significative du temps perdu. Jusque là, vous devriez vous montrer plus sélectif dans l'emploi de votre temps.





### Évitez de département des achats au début du processus de vente



Vous avez réalisé que les acheteurs se montrent rarement capables de dire oui, et que leur intérêt premier est d'obtenir le prix le plus bas. La vente ne commence pas ni ne se fait avec des acheteurs, même si c'est avec eux qu'elle peut être finalisée. Vous débutez votre processus de vente avec des individus ayant des problèmes que vous pouvez résoudre. Ceci est bien plus efficace, et quand vous leur vendez en premier, et si absolument nécessaire, envisagez d'acheter ultérieurement, vous obtiendrez alors de meilleurs résultats.



### Découvrez le budget



Vous avez manqué de régularité à déterminer les budgets réels de vos prospects pour votre solution. En conséquence, votre proposition/devis pourrait être inadaptée financièrement : trop ou pas assez d'argent. Votre connaissance limitée concernant ce qui serait nécessaire aux prospects pour acheter chez vous mènera à de nombreuses propositions et soumissions rejetées, ainsi qu'à un cycle de vente plus long. Développement : Obtenez de vos prospects qu'ils partagent avec vous leurs budgets réels, et plus spécifiquement la part de leur budget qui vous est destinée.



### Appels de suivi



Votre persistance semble être l'un de vos points forts. Si quiconque a besoin de suivi concernant quelque chose, ils devraient faire appel à vous pour s'en occuper. Votre volonté à assurer le suivi masque votre tendance à passer de prime abord en mode de suivis. Ceci se produit lorsque vous acceptez les reports et faux-fuyants. Développement : Occupez-vous des faux-fuyants dès que vous y êtes confronté. Aidez vos prospects à prendre des décisions plutôt que de les laisser repousser ou vous retarder, et vous faire perdre votre temps.



Vous croyez que  
"Il est approprié de consacrer un temps conséquent aux prospects n'achetant pas chez moi"

## POUVEZ-VOUS ÉTABLIR DES PRÉVISIONS DE VENTES PLUS EXACTES ?

« Pipeline » est un terme d'usage courant pour désigner le flux d'opportunités que vous poursuivez. De nouvelles opportunités entrent dans le pipeline, et des opportunités vendues ou perdues en sortent. C'est un concept très simple avec des implications majeures. Le pipeline peut être représenté sous la forme d'un tableau sans aucune utilité, ou il peut s'avérer être le prédicteur le plus important du succès pour l'ensemble de l'entreprise. Lorsqu'il est utilisé efficacement, vous saurez à tout moment si le nombre d'opportunités dans le pipeline est suffisant pour supporter vos objectifs ou quotas. En qualifiant efficacement, vous gagnerez en précision concernant les prévisions de revenus et des échéances prévues pour la conclusion de ces opportunités.

Si le pipeline est le prédicteur le plus important pour le succès futur d'une entreprise, la question est donc : êtes-vous à la hauteur à ce niveau-là ?



Vous croyez que  
"Les prospects sont honnêtes"

### Compétence pour qualifier

Les compétences pour qualifier nous aident à comprendre avec quelle rigueur vous qualifiez vos opportunités. Ici, le pourcentage fournit une indication précise sur comment, à quelle fréquence et l'efficacité de ce que vous qualifiez. Rappelez-vous, cette compétence a un impact considérable au niveau de votre pipeline et de la justesse de vos prévisions.

#### Compétence pour qualifier

Rencontre les décideurs	
Identifie le budget réel	
Discutera des finances	
Connaît le processus décisionnel	
Peut influencer le processus décisionnel	
Gère convenablement les prix élevés	✓
Ne laisse pas interférer le besoin d'être apprécié	
Capable de se concentrer	
Les croyances limitatives ne seront pas un obstacle	
Connaît les raisons incontournables d'acheter	
Questionne à propos de tout	
Non vulnérable face aux compétiteurs	
	% des attributs 8%
	Score pondéré 9%

### Compétences liées au pipeline

Les quatre compétences suivantes représentent les relations entre vous et le pipeline. Le chasseur trouve les opportunités qui entrent dans le pipeline. Le vendeur qui fait de la vente consultative tire avantage de l'identification de problèmes ou d'opportunités suffisamment incontournables pour que les prospects dépensent leur argent. Qualifier détermine la faisabilité de chaque opportunité. Ceci est le secteur pour lequel de nombreuses opportunités sont inopportunément identifiées comme viables. Le vendeur qui conclut, s'assure que des affaires seront générées à partir de ces opportunités. Il est important que vous soyez efficace au niveau de ces quatre compétences.

Compétence	Score pondéré
Le Chasseur	17%
Qui fait de la vente consultative ?	2%
Qui qualifie	9%
Qui conclut	25%

## POUVEZ-VOUS EXPLOITER PLUS EFFICACEMENT LES TECHNOLOGIES DE VENTE ?

Alors que la vente continue à évoluer, le rôle de la technologie est plus important que jamais. Les vendeurs utilisent une variété d'outils, mais les trois plus importants sont le CRM, les médias sociaux et la vente virtuelle par vidéo. Nous examinons ci-dessous vos capacités dans ces trois domaines.

### Maitriser les outils CRM

Quelle que soit la plateforme CRM utilisée, les représentants doivent s'appropriier le logiciel pour que vous sachiez où se situe chaque opportunité dans le processus de vente et ce qu'il faut faire pour la concrétiser. Les gestionnaires doivent avoir un accès en temps réel aux données sur les opportunités et le pipeline, aussi bien concernant la quantité et la qualité des opportunités.

#### Maitriser les outils CRM

Vit à l'intérieur du CRM	
Adopte facilement les outils CRM	✓
Met à jour l'information sur les comptes quotidiennement	✓
Suit les critères atteints lors du processus de vente	
Documente toutes ses conversations	✓
Utilise actuellement/habituellement un CRM	✓
Compétent dans l'utilisation d'un CRM	✓
Possède de l'expérience avec diverses applications CRM	✓
	% des attributs 75%
	Score pondéré 65%

### Vendre socialement

De plus en plus de vendeurs utilisent LinkedIn pour entrer en contact avec de nouveaux prospects, et certains utilisent même Twitter, Instagram et Facebook.

#### Vendre socialement

Est connecté aux clients potentiels	
Génère des pistes par la vente sociale	✓
Bien connecté	✓
Publie/Partage des mises-à-jour pour être visible	
Utilise LinkedIn	✓
Utilise Twitter pour les affaires	
	% des attributs 50%
	Score pondéré 56%

### Compétence à maîtriser la vidéo

Plus que jamais, les ventes se réalisent à distance par vidéo. Il est donc plus important que jamais de développer des compétences pour utiliser et vendre par le biais d'une plateforme vidéo.

#### Compétence à maîtriser la vidéo

Utilise la vidéo pour vendre	✓
Utilise fréquemment la vidéo	✓
Trouve la vidéo utile	✓
Préfère la vidéo au téléphone	
Aime la vidéo et son impact sur le succès	
La vidéo contribue au succès	
Utilise plusieurs plateformes vidéo	
Utilise des accessoires pour améliorer la vidéo	
	% des attributs 38%
	Score pondéré 60%

### Résumé

#### Compétence à intégrer les technologies de vente

Maitriser les outils CRM	65%
Vendre socialement	56%
Compétence à maîtriser la vidéo	60%
	Score pondéré 60%

Votre utilisation et votre maîtrise de la technologie sont moyennes, il y a donc manifestement place à l'amélioration. N'oubliez pas que la technologie ne fera pas la vente à votre place, mais qu'elle vous permettra de vendre plus facilement.

## POUVEZ-VOUS NÉGOCIER LES CONTRAT PLUS EFFICACEMENT ?

Négocier inclut les compétences qui conviennent à la négociation des termes d'une entente ou un contrat.

### Compétence de négociateur

Recherche le gagnant/gagnant	
Prêt à quitter la table de négociation	
Gère un niveau approprié de patience	
Capable d'écouter/de questionner avec facilité	
Contrôle ses émotions	
Orienté vers les objectifs	
Résout les problèmes	<input checked="" type="checkbox"/>
N'a pas besoin d'être apprécié	
À l'épreuve du rejet	
Vendre la valeur	
Capable de discuter d'argent	
	% des attributs 9%
	Score pondéré 8%

### Résumé

Vous détenez peu d'attributs d'un négociateur. Si ce n'est pas votre responsabilité en ce moment, vous ne devez pas vous soucier de combler le gouffre. Par contre, si vos responsabilités n'incluent pas la négociation de termes d'une entente et de contrats, vous devez développer le reste des attributs pour connaître plus de succès.

## POUVEZ-VOUS GÉRER PLUS EFFICACEMENT LES COMPTES EXISTANTS ?

La compétence Gérer les comptes inclut les compétences convenant à la gestion de comptes, que nous définissons comme les comptes assignés que vous avez à gérer, maintenir, résoudre les problèmes, et lorsque possible à être développés.

### Gérer les comptes

A de solides relations	<input checked="" type="checkbox"/>
Prendra en charge les politiques organisationnelles	
Se fera des amis partout	
Assurera le suivi souvent	<input checked="" type="checkbox"/>
Rencontrera/Parlera avec les décideurs	
Connaîtra les budgets réels	
Ne ressentira pas d'urgence à conclure	<input checked="" type="checkbox"/>
Ne s'aliénera pas les personnes	<input checked="" type="checkbox"/>
Se concentrera sur les comptes existants au lieu de chercher à ouvrir de nouveaux comptes	<input checked="" type="checkbox"/>
Gèrera son temps efficacement	<input checked="" type="checkbox"/>
	% des attributs 60%
	Score pondéré 52%



### Interagit de façon appropriée avec les prospects



Les prospects font souvent preuve de comportements extrêmement imprévisibles. Que vous compreniez ou non pourquoi, il vaut mieux demander pourquoi ils ont fait ce qu'ils ont fait, plutôt que croire connaître ou ignorer les possibles raisons. Ignorer un changement de comportement chez un prospect rend ultérieurement les choses plus difficiles au cours du processus, lorsque vous vous demandez pourquoi "il a fallu que cela m'arrive". Développement : À chaque fois que quelque chose d'inhabituel se produit, demandez ce qui s'est passé et pourquoi ! Vous pouvez peut-être découvrir des opportunités qui étaient auparavant cachées ou être capable de surmonter un obstacle insurmontable autrement.



## Compétences organisationnelles et en gestion du temps



Vous avez peut-être développé de bonnes compétences organisationnelles ou/et en gestion du temps. Certains vendeurs sont plus performants que les autres uniquement parce qu'ils sont mieux organisés et plus efficaces, capables de faire plus de choses dans un même intervalle de temps. Essayez d'apporter votre aide à d'autres qui pourraient en tirer parti !

### Résumé

Vous disposez déjà de certains attributs d'un gestionnaire de comptes, et si cela n'est pas votre responsabilité actuelle, alors vous n'avez pas à vous préoccuper de combler vos lacunes. D'un autre côté, si la gestion de comptes est votre rôle, vous aurez besoin de développer les attributs restants afin d'obtenir davantage de succès.

## **POUVEZ-VOUS DÉVELOPPER PLUS EFFICACEMENT LES COMPTES CLIENTS CLÉS ?**

Cultiver inclut les compétences convenant à cette activité que nous définissons comme de grands comptes assignés où les vendeurs sont responsables de la croissance à l'échelle de l'entreprise.

### Cultiver

Tentatives de conclusion	
A une certaine urgence à conclure	
Ne « comprendra » pas la plupart des objections	☑
Ne paniquera pas face aux objections	
Gère les objections de type "cela représente beaucoup d'argent"	☑
N'acceptera pas les reports	☑
Sera très agréable	☑
Ne s'aliénera pas les clients	☑
Peu susceptible d'être distrait par de nouveaux comptes	☑
	% des attributs 67%
	Score pondéré 45%

### Résumé

Vous disposez déjà de certains attributs d'un fermier, et si cela n'est pas votre responsabilité actuelle, alors vous n'avez pas à vous préoccuper de combler vos lacunes. D'un autre côté, si votre rôle est de cultiver, vous aurez besoin de développer les attributs restants afin d'obtenir davantage de succès.

## **DE QUEL TYPE DE FORMATION POURRIEZ-VOUS BÉNÉFICIER ?**

Maintenant que nous avons examiné les secteurs que vous avez besoin de développer, l'étape suivante sera de déterminer plus spécifiquement ce qui vous sera nécessaire en matière de formation en vente. Dans le tableau ci-dessous, nous avons fourni un cadre pour un programme modulaire de formation en vente.

- Modificateur d'ADN de vente (ADN de vente)
- Dépasser ses croyances limitatives (Croyances qui supportent la vente)
- Prospector (Chasser)
- Engager le décideur (Joindre les décideurs)
- La conversation de découverte (Vendeur consultatif)
- Vendre la valeur au lieu du prix (Vendre la valeur)
- Qualifier les opportunités (Qualifier)
- Approches de présentation avancée (Approche de présentation)
- Conclure la vente (Conclure)
- Introduire un processus de vente basé sur des rochers (Utiliser un processus de vente)
- Vivre dans le CRM (Maîtriser les outils CRM)
- Utiliser les réseaux sociaux comme levier en vente (Vendre socialement)
- Utiliser la vidéo comme levier pour vendre (Maîtrise la vidéo)
- Premières impressions et se différencier (Posture pour la vente)
- Négocier vers le Oui (Négocier)
- Gestion des comptes stratégiques (Gérer les comptes)
- Gestion des comptes clés (Cultiver)