



- 1 Construire une stratégie commerciale centrée client.
- 2 Segmenter le marché et créer des personas acheteurs.
- 3 Déployer une approche omnicanale cohérente.
- 4 Piloter et analyser les actions commerciales.
- 5 Adapter son approche aux secteurs spécialisés.

Accroche percutante :
Capturer l'attention du prospect avec une introduction convaincante.



Développer le problème :
Expliquer le problème et comment votre solution y répond.



Appel à l'action :
Guider le prospect vers la prochaine étape avec une instruction claire.



Bonnes pratiques 👍

- ✓ Définir des objectifs SMART pour chaque action.
- ✓ Personnaliser le discours selon chaque persona.
- ✓ Utiliser le CRM pour centraliser et suivre les leads.
- ✓ Maintenir une veille stratégique continue du marché.
- ✓ Assurer la cohérence des messages sur tous les canaux.
- ✓ Anticiper et préparer les réponses aux objections.
- ✓ Adapter l'offre et la communication aux cultures locales.
- ✓ Mesurer et ajuster les performances avec des KPIs.

Erreurs classiques 🙅

- ✗ Vendre à tout le monde sans cibler le marché.
- ✗ Se concentrer sur l'entreprise plutôt que sur le client.
- ✗ Lancer une action sans objectif clair et mesurable.
- ✗ Négliger la logistique et la disponibilité du produit.
- ✗ Ignorer le calcul des coûts de revient et marges.
- ✗ Appliquer une stratégie générique à un marché spécialisé.
- ✗ Reporter tardivement ou sans données fiables.
- ✗ Utiliser un discours vague sans preuve ni valeur ajoutée.

Définitions 🔍

Buyer persona

Profil semi-fictif représentant le client idéal, basé sur des données réelles et hypothèses.

Proposition de valeur

Promesse de bénéfices uniques répondant aux besoins spécifiques du client.

Omnicanalité

Stratégie intégrant et unifiant tous les canaux pour une expérience fluide.

KPI

Indicateur clé mesurant l'efficacité d'une action par rapport à un objectif.

CRM

Outil centralisant les interactions avec prospects et clients pour optimiser le suivi.