



TECHNIQUE DE VENTE

Les Stratégies Gagnantes étape par étape

**Formation Vidéo Bonus non disponible dans cet
extrait gratuit :**

Victor Cabrera

Avis légal et juridique

Toute reproduction, distribution ou modification partielle ou complète de ce document est formellement interdite. Ce document est protégé par les lois sur la protection des droits d'auteurs et de la propriété intellectuelle pour tout pays.

L'auteur se réserve le droit de réclamer des dommages et intérêts si ces termes ne sont pas respectés.

Malgré tous les efforts mis en œuvre pour vous livrer de l'information claire, précise et pertinente, l'auteur n'assume aucune responsabilité pour faute quelconque. Les services d'un professionnel qualifié devraient être retenus pour répondre à toutes questions légales et juridiques.

TECHNIQUE DE VENTE : Les stratégies gagnantes étape par étape

© Copyright. Tous droits réservés. Par Victor Cabrera

REMERCIEMENTS AUX LECTEURS DE MON BLOG

Depuis son lancement en 2013, le Blog www.technique-de-vente.com a reçu plus d'un million de visites. Et ce sont les nombreux échanges à travers les commentaires, les emails reçus et les formations réalisées, qui m'ont permis d'identifier les points de blocages et les carences commerciales qui font défaut à bon nombre de commerciaux, indépendants et entrepreneurs. C'est grâce à eux que ce livre a vu le jour, et que j'ai démarré l'un des plus gros challenges de ma vie : **diffuser les bonnes pratiques commerciales !**

Je m'efforce en permanence d'apporter du contenu de qualité à mes lecteurs et à mes clients que ce soit au travers de mes articles de blog, de mes livres ou de mes formations.

Et je suis sincèrement touché de recevoir vos commentaires à chaque nouvelle publication. Je ne peux malheureusement pas citer tout le monde, mais j'ai reçu des commentaires très positifs que j'ai sincèrement appréciés. Je tenais à vous remercier ici :

« Bonjour Victor, j'ai bien reçu le guide des 8 piliers de l'efficacité commerciale. Je tenais à vous remercier tout d'abord pour ce guide, mais aussi pour toutes ces connaissances que vous rendez accessibles. »

Thierry Kabore

« Bonjour Victor, j'ai réalisé que dans ce métier personne n'a la science infuse, c'est-à-dire qu'on peut apprendre tous les jours et peu importe comment. C'est pour moi un honneur de lire des experts comme vous. Merci beaucoup pour ce joyau, infiniment merci. »

Eric Pierre

« Bonjour Victor, merci pour le savoir que vous me communiquez via le blog. Cela me donne du courage et de la force pour continuer à évoluer dans ce métier. La vente est un art et par vos conseils je m'applique à le développer. »

Maxence D.

"Bonjour Victor, merci pour tes conseils pratiques. C'est très généreux de ta part. Toutes mes félicitations et encouragements. Tes conseils sont utiles aussi bien aux débutants qu'aux professionnels inexpérimentés. C'est génial."

Victor Alexis Eyango

"Bonjour Victor, je vous remercie pour vos interventions, j'ai appris énormément de techniques de vente, et vos livres m'ont permis de revoir toute ma pensée et stratégie commerciale."

Dassouli

"Bonjour Victor, je suis tes publications depuis le début. La difficulté rencontrée dans mon secteur d'activité réside dans la raréfaction des marchés, dont au départ la pêche au prospect."

Sans négliger tous les autres aspects visant à “transformer” en clients potentiels. Ce dont je m’aperçois au bout de 30 ans de pratique, c’est que ce qui a pu fonctionner ne marche plus du tout. Autres temps, autres mœurs... Je pense important d’aller au bout dans l’apprentissage que tu présentes. Merci de nous faire profiter de ton savoir-faire.”

Gérard

Je vous souhaite une bonne lecture et surtout... une bonne application pour une efficacité commerciale maximum au quotidien !

TECHNIQUES DE VENTE : Les stratégies gagnantes étape par étape

Introduction : Qui suis-je et pourquoi m'écouter ?

Chapitre 1 : La technique de vente : Sortir du lot en suivant un processus gagnant/gagnant.

Chapitre 2 : Les 7 (+3!) étapes de la vente pour attirer les succès commerciaux.

1. La prise de contact : L'occasion de démontrer en quelques secondes votre intérêt pour votre prospect.
2. La phase de découverte : Enquêtez subtilement sur les déclencheurs de décision.
3. L'argumentation: Faites raisonner votre discours commercial.
4. Le traitement des objections: Pourquoi s'y attaquer tout de suite.
5. La négociation : Gardez une maîtrise stratégique.
6. La conclusion / closing : Validez la ou les solutions apportées précédemment
7. La prise de congé : Efficace et avec style!

Les 7+3 étapes de la vente :

1. La prospection : La clé pour développer vos ventes.
- 2e étape de la vente laissée pour compte : La fidélisation!
3. La préparation commerciale : Un scénario spécifique avant chaque rencontre client.

Chapitre3 : Détaillons ensemble chaque étape clé de la vente

A- La préparation

1) Définir le combien

2) Définir le «comment» versus les objectifs à atteindre

3) Préparer la prise de contact

B- Comment réussir vos campagnes de prospection commerciale ?

1) Les moyens internes :

2) Les moyens de constitution externes:

C - Prospecter par téléphone : accédez directement à votre prospect

D - Le rendez-vous client : L'occasion de transformer l'essai !

E - Comment réaliser une phase de découverte efficace et décupler votre taux de réussite ?

F - Comment vendre grâce une argumentation efficace ?

G - Comment transformer les objections en opportunités business ?

H - Savoir enfin quand et comment conclure une vente efficacement !

H - Que faire si malgré tous vos efforts la vente n'est pas conclue, et comment éviter de perdre une vente et un futur client?

I - La fidélisation client : Un enjeu stratégique pour récompenser vos efforts

Chapitre 4 - Techniques de vente additionnelles pour performer davantage!

A - Comment séduire un prospect indifférent ?

B - Comment convaincre un interlocuteur de manière efficace?

C - Comment réduire les risques perçus et lever les freins à l'achat ?

D - Vaincre enfin l'objection prix !

E – 2 leviers de business puissants : Le témoignage et la recommandation client !

Chapitre 5 : Avoir la "psychologie de la vente", pour réussir à long terme !

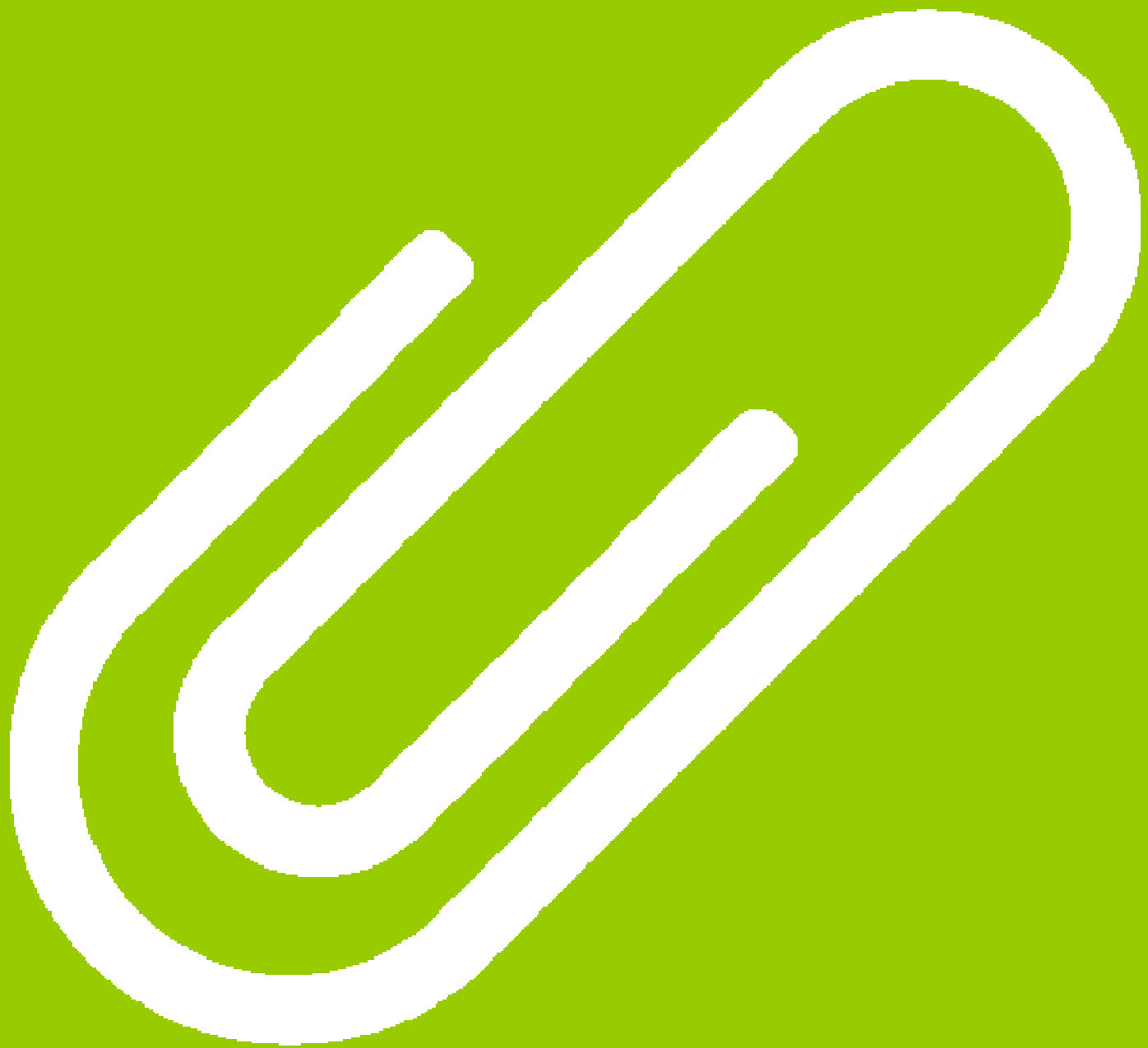
Les 5 pièges & erreurs qui vous feront perdre des clients dans la vente

19 principes pour réussir dans la vente

Conclusion

3 mots : Relisez, Assimilez et - surtout - Pratiquez !

Comment recevoir vos bonus ?



Introduction

Qui suis-je et pourquoi m'écouter ?

Introduction : Qui suis-je et pourquoi m'écouter ?

Je suis Victor Cabrera, expert en Techniques de Vente et négociation.

Diplômé d'un Master II en Management de la Stratégie Commerciale, j'ai exercé la fonction commerciale durant 10 ans en passant de commercial terrain à directeur des ventes, dans des circuits aussi variés que le transport ferroviaire, l'architecture clé en main, la grande distribution ou encore l'email marketing.

Après avoir travaillé pour les groupes SNCF, AbGS, Heineken et Expert Sender, j'ai lancé et fondé Technique de Vente Edition, société de conseil en Efficacité Commerciale, ainsi que le Blog de référence www.technique-de-vente.com.

Au travers de mon blog et de ce livre, je veux contribuer à développer un monde meilleur où chacun peut s'épanouir personnellement et professionnellement grâce à l'acquisition des compétences clés omniprésentes qui lui permettront de réussir dans la vie : convaincre, vendre et négocier !

Peut-être trouvez-vous original un tel discours de la part d'un vendeur ?

Vous n'êtes qu'au début de vos surprises !

Dans ce livre, je vais démanteler les idées reçues sur la vente, les fausses croyances, et le dénigrement dont la vente fait souvent l'objet.

Mais surtout, mon objectif est de vous démontrer que la vente fait appel à des techniques et méthodes redoutablement efficaces, qui sont tout à fait applicables en restant éthique, authentique, et en respectant son interlocuteur. Tout ça dans le but d'échanger efficacement les bonnes informations au bon moment pour faciliter la prise de décision du client.

Je me suis attaché à vous communiquer mon savoir-faire de manière la plus pratique et applicable possible pour que vous obteniez rapidement des résultats.

Ainsi, vous trouverez dans ce livre, les notions clés pour aborder sereinement les techniques de vente, accompagnées de nombreux exemples issus de ma propre expérience.

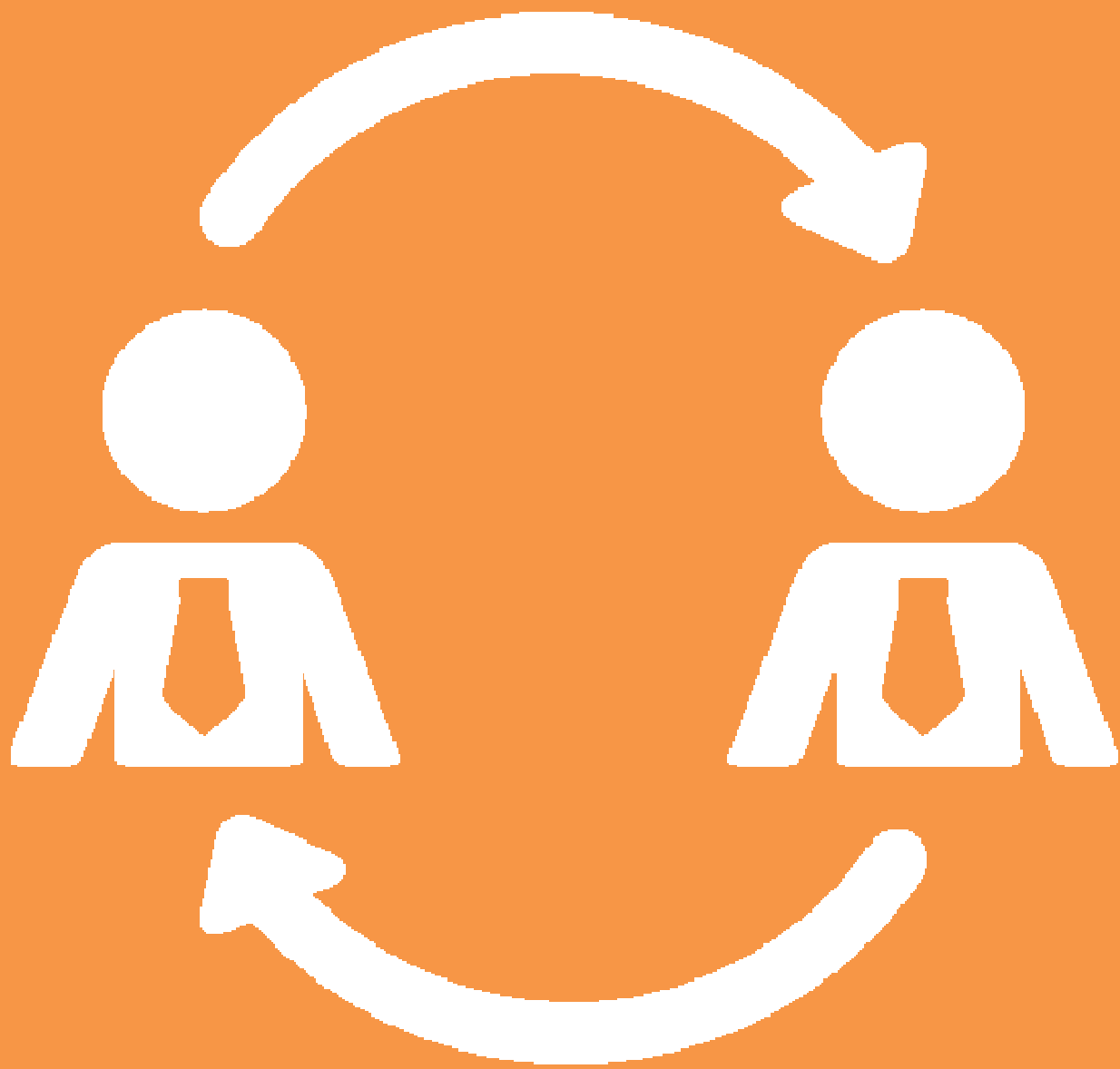
Ensuite, à vous de les implémenter dans votre quotidien, et de faire en sorte qu'elles fassent écho à votre personnalité ; c'est ce qui vous apportera le meilleur résultat !

Car comme le disait Henri Ford :

«Un homme qui utilise son talent et son imagination afin d'en offrir le plus possible à ses clients est voué à la réussite.»

Je vous souhaite une excellente lecture et faites-moi plaisir :
mettez à profit ces conseils !

Appliquez, observez les résultats et partagez avec moi votre
expérience d'ici quelques semaines... Votre réussite et vos
succès seront mes meilleures sources de satisfaction.



Chapitre 1. La technique
de vente : Sortir du lot
en suivant un processus
gagnant/gagnant.

Chapitre 1 : La technique de vente : Sortir du lot en suivant un processus gagnant/gagnant.

Savez-vous précisément ce que recouvre la technique de vente ?

C'est avant tout une structure, une véritable méthodologie de vente.

Il est vrai qu'il existe également des "ficelles" au cas par cas, des techniques de vente pour convaincre, influencer et persuader ainsi que des accélérateurs de vente utilisables ponctuellement.

Mais en réalité, la plupart des vendeurs et commerciaux que je rencontre, qui me sollicitent, et que j'accompagne sur le terrain parfois, n'ont pas de structure.

Ça part dans tous les sens, on perd du temps car rien ne va sortir au niveau business et on en fait perdre au client qui ne décrochera probablement plus le téléphone après votre entretien.

Laissez-moi vous parler de Julien.

Un jour, j'accompagnais Julien, un jeune commercial durant toute une journée à la demande de son directeur.

En général, Je n'interviens jamais durant les deux premiers rendez-vous afin de pouvoir analyser et observer le vendeur au naturel (ses habitudes, ses réflexes, etc.)

Même si le commercial a tendance à vouloir se montrer sous son meilleur jour lorsqu'il est accompagné, le naturel revient toujours au galop. J'en sais quelque chose pour avoir été longtemps de l'autre côté de la barrière...

Avec Julien, il faut dire que je n'ai même pas attendu la deuxième visite, le deuxième entretien de vente, tellement c'était catastrophique...

En résumé, la stratégie de Julien consistait à se reposer sur la notoriété de son entreprise avec un discours du type "*nous sommes les meilleurs, nous faisons ceci... et cela... et les autres sont nuls. Combien vous en voulez?*"

Un monologue nombriliste... aucune découverte, aucune empathie et aucun intérêt pour le client... et par la même occasion aucune vente ce jour-là... Etonnant vous ne trouvez pas?

Quelques semaines plus tard, après avoir défini un plan d'action, Julien a beaucoup évolué, il pose des questions à ses prospects, et les bonnes questions d'ailleurs ! Il est en capacité de rapidement comprendre les enjeux et les attentes du client. Ensuite il adapte son discours et fait du sur mesure. Autant vous dire qu'il a multiplié son taux de transformation à vitesse grand V ! Le jeune commercial est devenu la locomotive de son équipe.

Voyons comment vous devez procéder pour sortir du lot et vendre plus facilement.

En technique de vente, il y a un ordre logique à respecter, c'est ce que l'on appelle les étapes de la vente : prospection, contact, découverte, argumentation... etc.

Mais comprenez bien que si vous n'avez pas de structure, si vous ne procédez pas dans l'ordre cela ne marchera pas. Si le client ne sait pas où il va, ne comprend pas clairement où vous souhaitez l'emmener, quelle est la valeur ajoutée que vous allez lui apporter et pourquoi vous plutôt qu'un autre, alors c'est perdu d'avance !

La plupart des vendeurs ont deux gros défauts :

Tout d'abord, ils parlent trop et n'écoutent pas assez le client. Ils sont tellement concentrés sur leurs objectifs, leurs primes, leurs arguments appris par cœur qu'ils passent à côté des informations clés livrées par le prospect /client.

Au final, quel est le résultat ? Trop de bla-bla, des monologues, de la "surargumentation" commerciale. Trop de standardisation dans la communication commerciale et pas assez de sur mesure, pas assez de chirurgical.

Les clients sentent ça à 10km. Et ils ne signeront pas s'ils ne sont pas entièrement convaincus.

Alors, s'il vous plaît, suivez le proverbe : "*L'homme a deux oreilles et une bouche, c'est pour écouter deux fois plus qu'il ne parle*".

Oubliez vos a priori, écoutez attentivement, concentrez-vous sur lui et sortez de votre cocon.

Posez des questions intelligentes qui vous permettront de mieux vendre, prenez des notes et reformulez pour être sûr d'avoir bien compris et d'être sur la même longueur d'onde que le client.

Deuxième problème: Le manque de préparation commerciale.

L'improvisation ne paye pas, ceux qui vous laissent penser ça sont à côté de la plaque. Croyez-vous qu'un comique improvise sur scène lors d'un one man show ? Tout est préparé et millimétré, voilà la vérité !

Croyez-vous qu'un sportif de haut niveau débarque le jour de la compétition la fleur au fusil ? Bien sûr que non, il y a des heures et des heures d'entraînement et de perfectionnement derrière pour avoir le maximum de chances de performer le jour J !

Dans la vente c'est pareil, rien ne doit être laissé au hasard.

Oubliez les mauvais *pitchs* commerciaux. Si vous bégayez ou que vous ne savez pas quoi dire dans les premières secondes. Si vous

n'avez rien d'intéressant et d'intelligent à dire, comment voulez-vous capter l'attention de votre prospect ou client ?

Travaillez votre accroche, testez, mesurez et corrigez-la pour obtenir la version la plus performante. Personnalisez ensuite cette accroche en ayant fait quelques recherches auparavant sur votre cible.

Ensuite, ne parlez pas de la pluie et du beau temps. Posez les bonnes questions! Ce qui implique d'y avoir réfléchi avant encore une fois, et puis creusez pour découvrir ce dont vous avez besoin. Les questions doivent être orientées vers vos objectifs commerciaux.

Devenez un fervent adepte du principe d'engagement : A partir du moment où le client prend conscience de ses problèmes ou des améliorations potentielles, il sera enclin à écouter vos solutions.

Car je vous l'ai dit, j'en sais quelque chose, une argumentation générique ne fonctionne pas. Un message de vente stérile est le meilleur moyen de lasser votre interlocuteur et de rater une vente !

Soyez spécifique. Comment ?

Voici une anecdote personnelle qui concerne mes débuts en circuit grande distribution. Il s'agissait d'un très gros client qui ne voulait pas entendre parler de moi. Appelons le Monsieur T.

Je n'arrivais pas à obtenir de rendez-vous avec ce client et lorsque je me présentais à l'improviste, je le suivais littéralement dans les rayons du point de vente, et il ne m'écoutait pas malgré tous les arguments que je pouvais avancer.

J'ai tenté énormément d'approches infructueuses avec ce client jusqu'au jour où j'ai compris ce qu'il fallait faire.

Je me suis mis à demander à tous les autres fournisseurs que je croisais dans ce point de vente et dans d'autres, s'ils connaissaient ce client et ce qu'ils pouvaient me raconter à son sujet, ce qu'ils me conseillaient.

Au bout d'une semaine, j'avais appris que Monsieur T n'aimait pas les nouveaux. C'était un vieux de la vieille qui n'accordait sa confiance qu'après des années de collaboration commerciale assidue.

Il avait souvent été déçu par les nombreux commerciaux qui se succèdent chez les industriels.

C'est quelqu'un qui fait le strict minimum pour que sa direction le laisse tranquille. Ensuite, une fois le travail terminé, il n'y a que deux choses qui trouvent grâce à ses yeux : sa fille et le rugby !

En creusant un petit peu, j'ai également appris qu'il manquait pas mal de chiffre d'affaire à réaliser à ce client ce mois-ci pour être en phase avec les objectifs assignés par sa direction.

Lorsque je suis retourné voir Monsieur T, mon angle d'attaque était clair : Je lui ai proposé une opération clé en main chiffrée

en allée centrale qui lui permettrait d'aller chercher le chiffre d'affaires manquant et de réaliser ses objectifs. J'ai également mis dans la balance le fait que si nous reprenions le business ensemble, en tant que client partenaire sur cette opération temps fort, il aurait 2 places pour la demi-finale du Top 14. Il pourrait y amener sa fille ou un ami.

Ce jour-là, pour la première fois, j'ai capté l'attention de ce client, qui s'est arrêté de faire ce qu'il était en train de faire, et qui m'a posé des questions. Preuve qu'il était enfin intéressé par ce que j'avais à dire, et prêt à envisager de travailler ensemble. Cette étape franchie, il m'aura ensuite fallu une demi-heure montre en main pour conclure l'affaire.

C'était une formalité, il était déjà convaincu car je m'étais adressé à lui personnellement avec une offre commerciale en lien avec son contexte, ses objectifs et ses motivations profondes !

Comme je le dis souvent à mes clients : Prenez un peu de temps pour vous renseigner sur votre interlocuteur et réfléchir à ce qui serait en mesure de lui faire dresser l'oreille...

Captez l'attention, argumentez spécifiquement, faites du chirurgical et vous observerez vos résultats commerciaux grimper !

Vous constatez ainsi que les techniques et méthodes de vente sont les mêmes, mais que chaque vente est unique car chaque client est unique, chaque situation commerciale est unique, donc pourquoi voulez-vous qu'il en soit autrement pour votre argumentaire de vente ?

Vos arguments doivent faire vibrer votre client, vous devez les faire vivre dans son univers pour créer des émotions fortes en termes de gain ou d'économies. Il peut s'agir de temps, d'argent, de confort... tout ce que vous voulez. Mais **vous devez projeter votre client dans l'avenir à travers un décalage positif entre sa situation actuelle et sa situation future grâce à vous.**

D'ailleurs, plus le client est concentré sur le gain ou l'économie réalisée, plus il sera conscient et il aura admis la valeur ajoutée de votre préconisation commerciale, moins le prix sera important.

Pourquoi ?

Tout simplement parce que vous aurez su créer de la valeur à SES yeux.

Par exemple, si vous avez du mal à payer vos factures d'électricité et que je vous propose de but en blanc de mettre des LED chez vous. L'investissement requis va vous faire sauter au plafond.

Par contre, si je prends le temps de vous expliquer que le remplacement de toutes vos ampoules va effectivement vous coûter plus cher maintenant, mais qu'au bout d'un an vous l'aurez amorti et que vous allez diviser votre facture par deux ou

trois, alors là c'est différent ! Vous allez probablement prendre le temps de la réflexion non ? Vous allez peut être vous laisser tenter ?

Vous voyez, la valeur c'est quelque chose de très personnel, et pour créer de la valeur il faut prendre le temps d'écouter l'autre et de faire du sur mesure.

Donc retenez-bien ces 3 conseils :

1. Avoir de la structure

2. Se taire, être concentré sur le client, écouter attentivement et prendre des notes

3. Créer de la valeur POUR lui.

En appliquant ces 3 conseils, vous serez déjà plus percutants que 80% des vendeurs classiques et vos clients achèteront car ils vous en seront reconnaissants.

Maintenant que vous avez compris pourquoi la vente requiert d'appliquer une véritable méthodologie, voyons plus en détail quelles sont les 7 (+3 !) étapes de la vente.



Chapitre 2. Les 7 (+3!)
étapes de la vente pour
attirer les succès
commerciaux.

Chapitre 2 : Les 7 (+3!) étapes de la vente pour attirer les succès commerciaux.

Si la vente en soi ne peut être considérée comme étant un art, il existe pourtant bien un art de la vente.

Et, comme tout art, celui-ci respecte des codes bien précis. En fait, comme n'importe quel art, vendre est une savante association de respect du code et de créativité.

C'est pour cette raison qu'il sera toujours impossible de rencontrer deux vendeurs identiques.

Malgré tout, tous les professionnels de la vente respecteront une structure, un même déroulé, les mêmes points de passage lors d'un entretien commercial : il s'agit des 7 étapes de la vente.

On dénombre en général 7 étapes lors d'un processus de vente, mais je vais vous en rajouter 3 pour faire la différence sur vos concurrents et rejoindre le cercle restreint des tops vendeurs qui enchainent les succès commerciaux !

- Cette section n'est pas disponible en extrait -

=====

Vous retrouverez le détail de chaque étape de la vente, avec des exemples concrets, ainsi que les autres chapitres du livre ici :

France => <https://amzn.to/3Rbm20C>

International => <http://www.amazon.com/Technique-vente-strat%C3%A9gies-gagnantes-formation-ebook/dp/B018WRJBS4/>

=====

Synthèse de ce chapitre :

- 1. Préparation** du plan de vente : Planification stratégique
- 2. Prospection:** Trouver le client potentiel et obtenir un rendez-vous / capter son attention
- 3. Prise de contact :** Comment lui donner envie d'en savoir plus?
- 4. Découverte du client :** Que savez-vous et qu'avez-vous besoin de savoir sur lui pour vendre ? Quel est le profil du client ?
- 5. Argumentation commerciale :** Quels sont vos meilleurs arguments commerciaux ? Comment puis-je les présenter de manière percutante en fonction du profil de mon client ?
- 6. Traitement des objections :** Anticipation des points bloquants avec différents scénarios de réponse.
- 7. Négociation commerciale** éventuellement si vous y êtes obligé, si le jeu en vaut la chandelle et si vous le pouvez bien sûr.
- 8. Conclusion de la vente / Closing :** verrouillage de la transaction commerciale et éventuellement réalisation de ventes additionnelles.
- 9. Prise de congé :** Conforter le client dans son choix et planifier les prochaines étapes tout en assurant la satisfaction client.
- 10. Fidélisation client** pour augmenter volume et fréquence, obtenir une bonne publicité ainsi que des prescripteurs qui vous apportent de nouveaux clients.

Appliquez ces étapes scrupuleusement dans toutes vos futures ventes et vous ferez partie des tops vendeurs !

Pour vous y aider, je vais aborder chaque étape décrite ci-dessus de manière plus détaillée. Vous aurez ainsi les clés essentielles pour mener vos ventes avec succès !

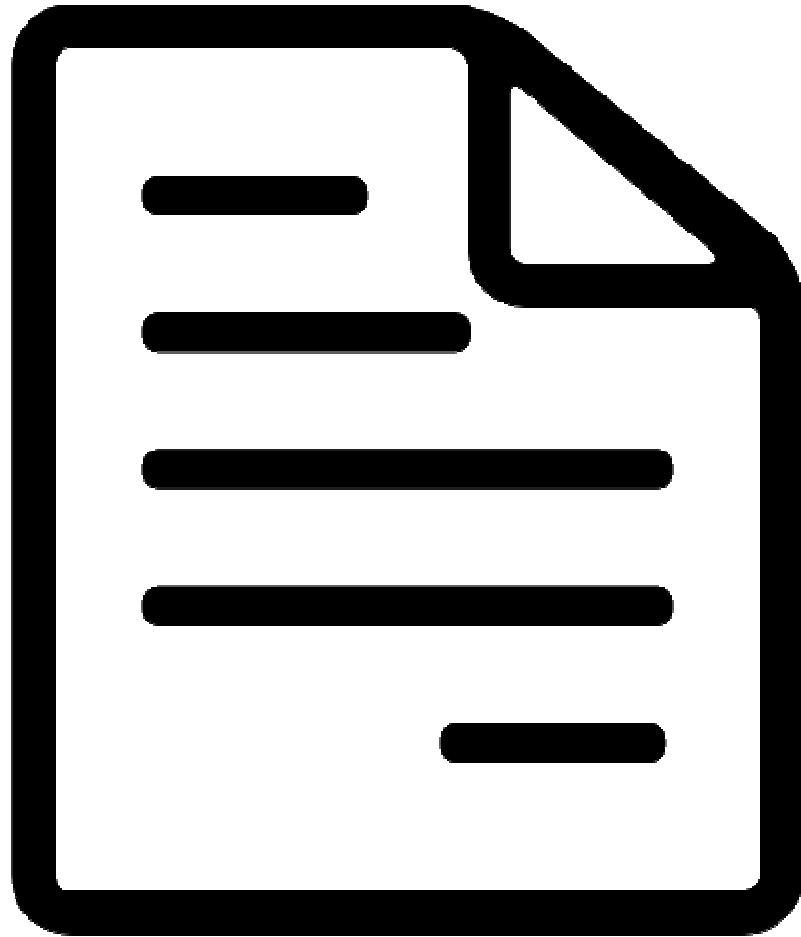


Chapitre 3.

Détaillons ensemble
chaque étape clé de
la vente

Chapitre3 : Détaillons ensemble chaque étape clé de la vente

A- La préparation



=====

Merci d'avoir téléchargé cet extrait disponible gratuitement sur le blog www.technique-de-vente.com

Vous souhaitez aller plus loin, **développer votre Intelligence commerciale** et perfectionner vos techniques de vente pour vendre plus et mieux au quotidien ?

Vous êtes libre d'accéder à la version complète de ce livre ainsi qu'à ses bonus exclusifs :

- Formations Vidéos complémentaires
- Fiches synthèses pdf

Procurez-vous le livre « Technique de Vente : Les Stratégies Gagnantes étape par étape » en choisissant ci-dessous :

France => <https://amzn.to/3Rbm20C>

International => <http://www.amazon.com/Technique-vente-strat%C3%A9gies-gagnantes-formation-ebook/dp/B018WRJBS4/>

=====

