

3 MODULES POUR ENTREPRENDRE

Module 2: Les leviers d'une démarche marketing

Session 2 sur 3: Le pitch commercial

Temps: 20 Min

Conférencier: Mr Philippe BOUITI VIAUDO

Email: [contactpnr@cabinet-obac.com/](mailto:contactpnr@cabinet-obac.com)
admin@obac-alert.com

Tel: +242 06 970 48 98



**DEVENEZ DES APPORTEURS
DE SOLUTIONS À FORTE
VALEUR AJOUTÉE DANS
VOTRE ENVIRONNEMENT**

SOMMAIRE

Module 2 - Session 2: Le pitch commercial

- A/ Rappels et définition
- B/ Comment construire un argumentaire de vente
- C/ Insérez votre argumentaire de vente dans votre entretien de vente

A/Rappels et définition

- Nous avons vu que l'élaboration d'une démarche marketing efficace respecte 3 étapes :
- **1- Rechercher l'information stratégique qui consiste à obtenir des informations sur le macro-environnement, sur la demande, sur l'offre concurrente et à les analyser**
- **2- Définir des objectifs à court, moyen, long terme et élaborer un plan d'actions pour les atteindre. A cette étape, nous retiendrons que le marketing a 3 objectifs qui sont : Faire connaître, faire agir et faire aimer. L'élaboration du plan d'actions devra donc permettre d'atteindre ces objectifs. Nous pouvons aussi retenir que l'élaboration de ce plan d'actions intègre un plan de communication, un pitch commercial et le parcours du client.**
- **3- Mettre en place des tableaux de bord afin de suivre l'efficacité du plan d'actions.**

- Notons que :

Dans le cadre de la mise en place d'un plan d'actions, il est primordial d'élaborer un pitch commercial (un argumentaire de vente). L'argumentaire de vente est un ensemble d'éléments de langage qui vont permettre à un vendeur de bien présenter un produit ou un service dans le but de réaliser des ventes

B/Comment construire un argumentaire de vente

Comment construire un argumentaire de vente?

Etape 1	Déterminez les caractéristiques techniques, commerciales de votre produit/service ainsi que celles liés à votre entreprise (Notoriété, marque, implantation géographique, Taille etc) Vous retrouverez ces informations dans votre business plan.
Etape 2	Faites l'inventaire des avantages et bénéfices que votre produit /service va apporter à votre client dans sa vie de tous les jours. Ceux-ci devront être en accord avec le SONCAS de vos clients.
Etape 3	Faites l'inventaire des caractéristiques techniques et commerciales des produits / services de vos concurrents afin de pouvoir vous en démarquer et apporter une valeur supplémentaire
Etape 4	Rédiger votre proposition de vente unique et attractive. Elle n'existe nulle part ailleurs.
Rédaction de l'argumentaire de vente.	C'est ce qui va pousser le prospect à choisir votre produit plutôt que celui du concurrent. Elle reprend l'ensemble des avantages et bénéfices de produit et met un accent particulier sur votre positionnement (la valeur ajoutée supplémentaire apportée par rapport aux concurrents)

C/Comment l'argumentaire de vente s'insère dans votre entretien de vente?

Comment l'argumentaire de vente s'insère dans votre entretien de vente?

Etape 1	La préparation de l'entretien de vente -Préparation matérielle: Fichier client/ cartes de visite/Catalogue produit/ bons de commande etc -Préparation méthodologiques: Objectif principal, objectif de repli/ Quelle stratégie pour atteindre ces objectifs -Préparation psychologique: Se donner un moral de vainqueur
Etape 2	La prise de contact et la découverte du client: Installez un climat convivial, avoir une phrase d'accroche pour ensuite Poser le maximum de questions au prospect afin d'identifier son véritable besoin, ses motivations d'achats et n'hésitez pas à reformuler ses réponses afin de lui montrer que vous avez compris son besoin
Etape 3	Présentation du produit et réponse aux objections (Présentation de la solution au problème du client): C'est ici qu'intervient votre argumentaire de vente / votre pitch commercial (Ecouter l'audio de la formation pour découvrir le plan du pitch)
Etape 4	Conclusion de la vente et suivi de la vente: C'est le début de l'expérience client que vous avez lui offrir. Effectuer le suivi administratif de la vente et appliquer la procédure de suivi du client.

EXERCICE PRATIQUE

En guise d'exercice pratique, nous vous proposons:

- 1- De rédiger un argumentaire de vente
- 2- De définir plusieurs scénarios d'entretien de vente dans lesquels vous insérez votre argumentaire de vente

Vous présenterez par la suite votre travail au business analyst d'OBAC qui vous accompagne dans le cadre de cette formation.

OBAC

IF YOU DREAM IT YOU
CAN DO IT

Email: contactpnr@cabinet-obac.com / admin@obac-alert.com

• Tel: +242 06 970 48 98