

## Wel'Com-Hom News



Communication & Management  
Hommes & Méthodes

*Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable.*

[www.com-hom.com](http://www.com-hom.com)

## Sortir du « blabla » commercial, développer une argumentation factuelle et visuelle



... Ou comment sortir d'un discours commercial convenu

- « Nous sommes réactifs »
- « Nous délivrons de la qualité »
- « Nous vous proposons une prestation dédiée »

Il est rare d'entendre un commercial expliquer que l'entreprise « rencontre de nombreux retards dans la livraison », « délivre des malfaçons » ou « se moque des spécificités clients ».

A l'heure où une grande majorité des informations sont disponibles sur Internet et donc accessibles aux clients, l'acheteur attend du commercial une vraie valeur ajoutée dans son écoute des besoins ET dans sa capacité à démontrer qu'il répond à ses besoins.

### Problématique :

La problématique réside dans le fait que chaque acteur commercial a sa propre expérience, a souvent développé son propre argumentaire, et que cette connaissance est peu partagée ni capitalisée.

De plus la richesse de l'entreprise, valeur pour le client, est bien plus grande que les seules connaissances des commerciaux. Elle réside dans ses produits, mais aussi dans ses pratiques, ses processus, ... et que ces aspects-là sont peu intégrés.

### Points clés :

Si votre entreprise fonctionne, c'est qu'elle a de la valeur. Elle mérite donc un Book digne de ce nom.

- La première bonne pratique est d'intégrer tous les métiers de l'entreprise dans l'élaboration de l'argumentaire. Par exemple, la valeur comptable d'un stock permet de monter au client que l'engagement de livraison sous 48 H repose sur des faits tangibles.

La réalisation d'un book ou argumentaire demande donc un investissement en temps et un travail collaboratif. Ce travail a plusieurs effets :

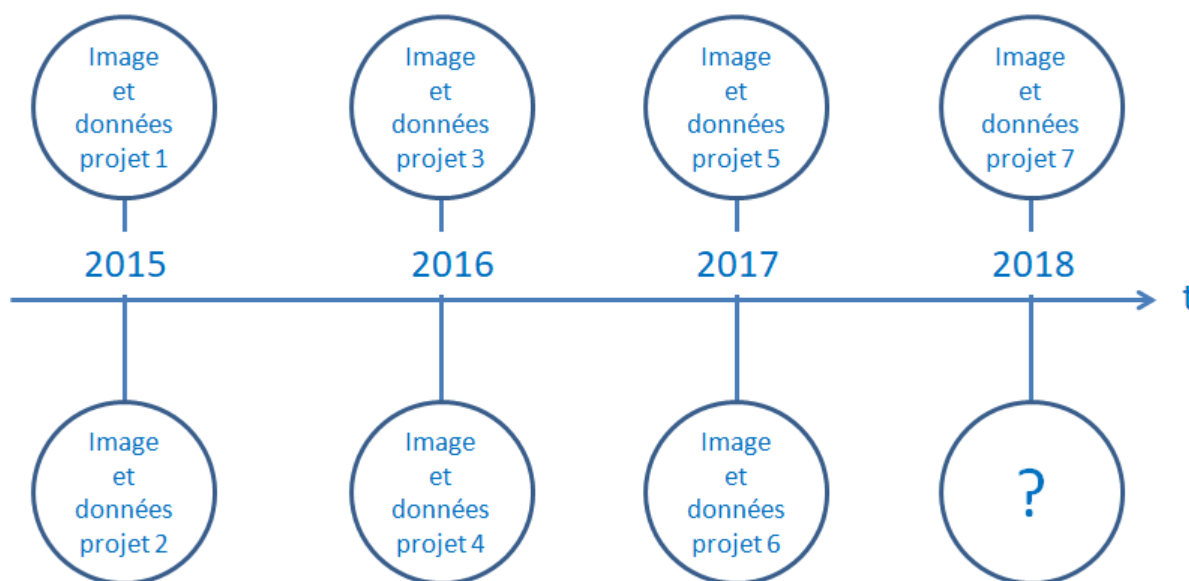
- L'entreprise redécouvre toute la richesse qu'elle a en elle et qu'elle a fini par oublier à force de traiter les activités opérationnelles quotidiennes
- L'objection client devient un véritable bonheur car elle est attendue et préparée
- Vos commerciaux gagnent en confiance et en efficacité

- Ce book ou argumentaire est constitué de supports papiers et/ou informatiques (photos, vidéos...). Ces supports sont tout sauf du papier glacé de la plaquette ou du film marketing « tiré à 4 épingles ». Ce sont des données tangibles et réelles de la vie de votre entreprise, simples, visuelles et factuelles sur lesquelles votre argumentaire commercial va s'appuyer. Ces preuves respirent le vécu. Ces supports peuvent être annotés, griffonnés par le commercial lors du rendez-vous pour permettre de soutenir l'explication.

### Exemple :

Une entreprise de quelques dizaines de personnes gère des projets importants. Elle prend régulièrement l'objection « Compte tenu de votre taille, quelles garanties avons-nous d'obtenir notre projet dans les temps ? ». Depuis que le book a été développé, les commerciaux attendent ce retour avec bonheur alors qu'avant il représentait une épine dans le pied.

« Votre retour est très pertinent. Notre capacité de production est limitée. C'est pourquoi nous qualifions avec attention les clients avec lesquels nous lançons un projet majeur. Nous avons, ces dernières années, limité à 2 projets majeurs par an ce qui fait que notre client est sécurisé et qu'il a toute notre attention car il devient LE client »



Présentation des 2 projets majeurs des 2 dernières années

« Je vous propose que nous regardions ensemble si nous avons de part et d'autre les conditions nécessaires pour valider un projet commun pour 2018.

Qu'en dites-vous ? »

### Notre offre :

Accompagnement à l'animation de groupes de travail pour la réalisation d'un book commercial avec une méthodologie de partage et d'accès aux données.

Formation inter-entreprises « [RC01 - Vendre et valoriser les produits, projets ou services](#) »

**Contactez nous**

[contact@com-hom.com](mailto:contact@com-hom.com)

[www.com-hom.com](http://www.com-hom.com)

ou [contactez l'un des consultants](#)

**Copyright**

Les textes sont la propriété des auteurs référencés et de [Com-Hom](#) .

Crédit photographique : Com-Hom, Fotolia,

Tous droits réservés.