



#ClosingQueens

# Vous êtes votre meilleur atout !

Comment mettre à profit vos qualités pour réussir dans la vente ?



Écrit par  
Dailius Wilson  
Déc. 2020

**Vous êtes votre meilleur atout !**

# Introduction

Tous les meilleurs coachs de vente vous diront la même chose : vous vous trompez si vous pensez que tous les commerciaux doivent se ressembler.

Au contraire, l'intérêt est de mettre en avant les qualités de chacun tout en proposant une méthode de vente reproductible et mesurable.

D'ailleurs, les entreprises peuvent vous former à leur méthode, mais vous seul êtes à même d'analyser vos points forts et d'en tirer parti tout au long de votre carrière.

Nous ne souhaitons pas vous changer mais vous aider à faire ressortir le meilleur de vous-même. Que ce soit depuis votre canapé ou à la plage, en costume ou en jean : soyez vous-mêmes et devenez votre meilleure arme de vente.

Dans cet e-book, recevez des conseils sur la façon de révéler vos meilleurs atouts et ainsi impressionner vos prospects, trouver de nouvelles opportunités et devenir un expert de votre domaine.

C'est parti !



**Dailius Wilson**  
VP Sales & Growth  
GetAccept



# Définissez qui vous êtes et vos motivations !

Nous passons beaucoup de temps à nous former et assimiler le pitch de l'entreprise, mais qu'en est-il du nôtre ? Ne le négligez pas, il est indispensable pour échanger avec de nouveaux prospects !

## Qu'est-ce qu'un pitch personnel ?

Qu'est-ce qui vous motive au quotidien ? Voici la réflexion sur laquelle vous devez vous concentrer dans votre pitch. En fait, en vous écoutant, votre interlocuteur doit comprendre qui vous êtes et les valeurs que vous défendez.



Idéalement, vous devez pouvoir répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi faites-vous ce métier ?
- Qu'est-ce qui vous passionne dans la vente ?
- Quelles sont les valeurs que vous défendez ?

De toute évidence, votre pitch doit être bien pensé, persuasif et conçu de sorte à ce que tous les prospects puissent s'y identifier. Jetez un œil au mien ci-dessous et essayez de créer le vôtre. Vous pourrez ensuite le présenter en réunion ou l'inclure aux documents que vous envoyez à de nouveaux prospects.

“ J'ai tellement aimé GetAccept qu'après la première démo, j'ai acheté le produit avec ma propre carte bancaire. Et après 2 ans en tant que client, j'ai sympathisé avec les fondateurs. Ainsi, lorsque l'un d'entre eux est tombé malade et m'a demandé de reprendre la direction des services ventes et marketing, j'ai immédiatement accepté. Je tiens vraiment à ce que la vente soit considérée comme une profession respectée et j'aimerais que mes clients le ressentent lors de nos interactions. ”



# Faites le point sur vos performances et concentrez-vous sur les domaines où vous excellez !

Avez-vous déjà eu l'impression que le courant passait mieux avec un prospect d'un certain secteur d'activité, ou d'une fonction spécifique ? Ce n'est certainement pas pour rien !

Votre parcours ou vos centres d'intérêts peuvent parfois vous avantager par rapport à vos concurrents, voire même vos propres collaborateurs. Nous sommes tous plus ou moins à l'aise au sein d'une structure ou d'un secteur d'activité en particulier. Par exemple, j'ai plus d'aisance à travailler avec des startups de 50-500 collaborateurs, puisque j'ai évolué dans ce milieu lors de mes précédentes expériences. Qu'en est-il de votre côté ? Quels sont les dénominateurs communs des deals que vous avez remportés par le passé ?



Jetez un œil à vos deals passés et prêtez attention à des éléments comme :

- La taille de l'entreprise ou le secteur d'activité
- Le nombre de décisionnaires impliqués
- Les besoins du client
- La situation géographique
- La provenance du lead (inbound/outbound)
- Vos points communs avec le prospect

Vous verrez, vous allez rapidement trouver des similitudes entre vos deals passés et ceux du moment.

Une fois que vous avez identifié le domaine dans lequel vous excellez, parlez-en à vos managers et ils adapteront très certainement vos missions en fonction de vos résultats. Encore mieux, gagnez du temps et ciblez des entreprises similaires à celles que vous avez déjà convaincues.





## Les négociations n'avancent pas ? Osez poser des questions !

Du jour au lendemain, vous n'avez plus de nouvelles de votre prospect. Alors, comment réagir ?

Qui dit manque d'informations dit déstabilisation. Nombreux sont ceux qui paniquent en l'absence de réponse de la part d'un prospect, et ont tendance à en faire trop. N'ayez pas l'air désespéré, le deal pourrait vous filer entre les doigts !

À l'inverse, parfois, de peur de brusquer le prospect, nous lui laissons le temps de réfléchir pour qu'il prenne la bonne décision. Mais attention, si vous attendez trop longtemps, vous prenez le risque de rater une opportunité.

Il faut trouver le juste milieu : poser des questions vous permet de clarifier la situation et de vous assurer d'aller dans la bonne direction.

Par exemple, vous pouvez demander :



- Quelles sont les prochaines étapes avant votre prise de décision ?
- Comment vous convaincre que notre solution est celle qu'il vous faut ?
- J'aimerais beaucoup collaborer avec vous, qu'est-ce qui vous fait hésiter ?

En abordant les sujets sensibles avec votre prospect, vous augmentez votre chance de remporter le deal.

# Les témoignages clients sont votre meilleure arme, utilisez-les !

Lors d'un échange commercial, tout fournisseur affirmera pouvoir répondre aux attentes du prospect. Mais qu'en est-il ?

Mais pour gagner en crédibilité, il n'y a pas de secret : donnez des exemples concrets de ce que vous avez pu accomplir avec vos clients. Cela vous permettra de gagner la confiance de nouveaux prospects et de prouver que votre solution est efficace. Citer le nom de vos clients ou partager des avis positifs peut vous aider à créer cette dynamique, mais vous devez également les convaincre que vous êtes la bonne personne pour les accompagner dans leur développement.



Ainsi, nous vous conseillons de mixer ce type de contenus marketing avec des exemples de réussites personnelles. Par exemple, mettez en avant des témoignages clients qui affirment que vous avez répondu à leurs besoins et qui fournissent des statistiques précises.

En complément, n'hésitez pas à demander à vos clients d'évaluer votre produit sur une plateforme de recommandations et d'expliquer en quoi vous les avez aidés à se développer. Vous pouvez ensuite utiliser ces témoignages lors de vos réunions commerciales.

## Personnalisez votre processus de vente et faites la différence !

Mettez-vous à la place de vos prospects : la plupart d'entre eux ne se rendent plus au bureau mais passent plus de 6 heures par jour en visioconférence.

Rester devant un écran à écouter des heures de contenus, dont la moitié sera probablement aussitôt oubliée, voici le quotidien de nombreux individus aujourd'hui. Alors, quand vient le moment d'investir dans une nouvelle solution ou un nouveau produit, ils sont lassés de répondre aux mêmes questions, d'assister aux mêmes démonstrations... Ils attendent une expérience atypique ! C'est là que vous avez un rôle à jouer, posez-vous la question : « Comment me différencier ? ».



Voici quelques idées :

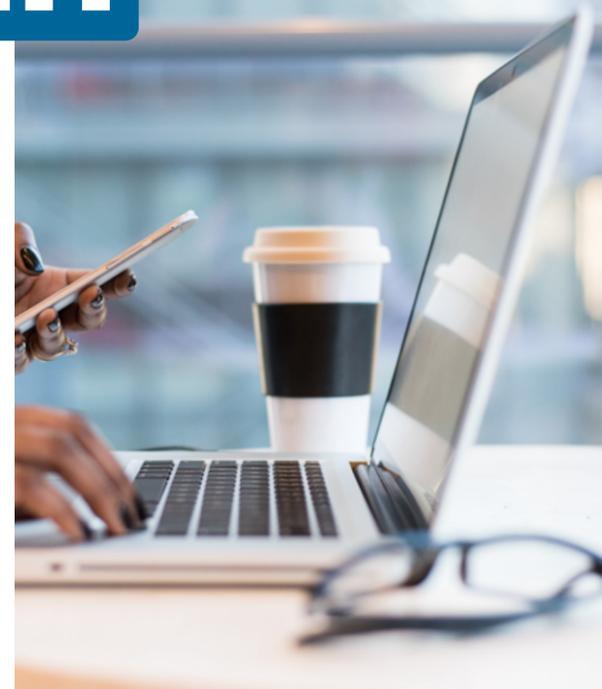
- Démarrez chaque nouveau meeting avec beaucoup d'énergie positive. La plupart de vos clients sont certainement lassés de la situation actuelle. Partagez votre bonne humeur et faites en sorte qu'ils gardent un bon souvenir de votre échange.
- Renseignez-vous sur vos clients : quelles sont leurs attentes ? Quels sont leurs projets en cours et ceux à venir ? Ainsi, vous pourrez rebondir sur des sujets bien précis tout au long du cycle de vente et les impressionner.
- Faites une vidéo pour leur rappeler le rendez-vous. Vous pouvez en profiter pour évoquer les points à aborder le jour J.
- Évitez les présentations impersonnelles et ne présentez pas votre démo d'un seul trait. Mettez plutôt sur l'interaction : éditez ensemble les documents importants, proposez-leur de partager leur écran pour qu'ils puissent se familiariser avec votre outil... En bref, marquez leur esprit !

## Augmentez votre visibilité grâce à LinkedIn !

En cherchant à augmenter votre nombre d'abonnés sur LinkedIn, vous attirez en même temps de nouveaux prospects.

Imaginez, vous êtes commercial et vous travaillez sur un deal qui s'élève à 100 000 euros. Vous avez fait 7 réunions avant de convaincre votre prospect d'acheter votre produit. Mais, contre toute attente le projet échoue car le budget n'est pas validé. Finalement, vous ajoutez ce même prospect sur LinkedIn et pendant un an, vous partagez du contenu intéressant et prenez le temps de lire ce qu'il publie de son côté.

Un beau jour, vous recevez un message de cette même personne qui vous dit qu'elle veut sauter le pas et acheter votre solution. Voilà pourquoi LinkedIn est le meilleur outil de lead nurturing existant. Et gratuit en plus !



Pour utiliser LinkedIn à bon escient, voici quelques règles d'or à respecter :

- Choisissez votre domaine de prédilection et publiez du contenu à ce sujet. Vos prospects penseront alors à vous lorsqu'ils auront besoin de conseils à ce propos et vous contacteront naturellement.
- Publiez au moins deux fois par semaine, idéalement tôt le matin ou à la pause déjeuner, vous pourrez ainsi cibler un maximum de personnes au même moment, avant que chacun ne retourne à ses missions.
- Ne vous limitez pas au professionnel, parlez également de votre vie personnelle : montrez que vous n'êtes pas un robot et que vous avez une vie en dehors du travail. Vos prospects doivent avoir envie de s'identifier à vous.
- Commentez les publications des personnes de votre réseau avec qui vous souhaitez créer une relation de confiance.
- Connectez-vous aux personnes avec qui vous avez des interactions, en leur envoyant un message personnalisé. Pensez au futur : ne jamais louper une occasion d'enrichir son réseau !



## Créez l'effet de surprise auprès de vos prospects !

Si un appel ou un meeting vous marque, c'est bien plus souvent dû à un événement extérieur qu'au sujet de conversation.

Être interrompu par son enfant en pleine réunion. Appeler un prospect depuis un endroit insolite. Vous vous demandez certainement comment apporter cette touche personnelle qui rendra votre échange inoubliable ?



Voici quelques idées :

- Sélectionnez un arrière plan amusant pour vos appels en visio.
- Faites preuve d'originalité dans le choix de votre tenue.
- Interpellez vos prospects en vous connectant depuis des endroits insolites.
- Préparez une vidéo personnalisée avec un invité qu'ils connaissent afin de les surprendre.
- Envoyez-leur un cadeau à ouvrir lors de votre réunion.

