



LA CHIRURGIE *Entrepreneuriale*

4ÈME ÉDITION

THEME

Cassements de papos
sur la vente avec **VK**

VINCENT
KADIO



03
JUIN 2023



14
HEURE
À 18 HEURE

📍 L'HÔTEL LA ROSE BLANCHE

Pass : 10.000F

VIP : 25.000F

COACH
ZIEDOU



+225 07 79 11 36 89 / 07 68 65 71 14



Chirurgie Entrepreneuriale

I/ Au niveau personnel , pourquoi les gens n'arrivent pas vraiment à vendre ? Quelles sont les 3 raisons du bug dans la vente à un niveau personnel ? Mais pas que ça , les entreprises surtout les start-ups n'arrivent pas à rapidement augmenter leur chiffre d'affaire, c'est quoi les causes profondes qui créent la non vente?

Les raisons personnelles qui empêchent les PME et les start-ups de vendre:

- Les mauvaises conceptions liées à la vente
- L'absence d'argumentaire de vente
- Les offres non attractives
- Les cibles pas bien définies

- Se contenter de Vendre les caractéristiques et non la solution

2/ Quelles sont néanmoins les erreurs que les entreprises, les start-ups (qui ont compris quand même qu'il faut vendre stratégiquement) commettent dans le déploiement de leur service commercial ?

Les erreurs dans le déploiement du service commercial

- Ne pas recruter les bons profils
- Ne pas leur fournir un fichier clientèle
- Ne pas les former correctement
- Ne pas leur donner les outils de travail
- Ne pas les rémunérer correctement (fixe + commissions)

3/ Quelles sont les astuces, les compétences qu'un fondateur doit absolument avoir qui sont peut être différent ou au-delà (vision 360°) du commercial ?

Le fondateur doit faire 2 choses :

- Faire grandir constamment le fichier clientèle et
- être le 1er marketeur de l'entreprise

4/ Comment pousser n'importe qui devant nos produit à l'achat ?

Il faut lui montrer qu'il est préférable pour lui d'avoir notre produit ou service plutôt que de garder son argent.

Dès qu'il se rend compte que son argent a moins de valeur que notre produit, il est prêt à faire l'échange.

5/ Qu'est ce qui faut savoir de la psychologie des clients ? Que veulent-ils vraiment à cette ère?

Ce Que veulent vraiment les clients:

- Plus facile (moins d'efforts)
- Plus rapide (moins de temps)
- Plus accessible (Moins cher)
- Plus solide et durable

6/ Qu'est-ce qu'il faut mettre en place dans le marketing d'un business qui va rendre la vente facile ?

Pour rendre la vente facile, il faut une offre irrésistible

- * Le produit principal
- * Le bonus
- * Le limitateur

7/ Quels sont les leviers de la communication pour mieux vendre ?

Les 3 leviers de la communication pour mieux vendre:

- * Faire connaître votre produit/service
- * Faire aimer votre produit/service
- * Faire agir

8/ Que répondre vraiment aux objections suivantes dans la vente :

On a déjà des fournisseurs >> super, nous ne voulons pas être simplement des fournisseurs mais vos partenaires, c'est pourquoi nous offrons tel avantage, telle garantie, tel délai de paiement, telle flexibilité afin que vous gagniez plus d'argent.

On n'est pas intéressé >> très bien, je note, laissez-moi vous poser une question : quels sont vos besoins actuels ? Comment pouvons-nous vous accompagner dans l'atteinte de vos objectifs ? Comment pouvons-nous vous supporter dans votre croissance ?

Le prix est excessif et va au-delà de notre budget >> ok je suis d'accord que c'est plus que vous avez prévu.

Laissez-moi vous posez une question: un budget c'est une prévision, souvent on paie moins que prévu, souvent on paie plus que prévu et on ajuste le budget la prochaine fois.

Est-ce que vous pouvez prendre ce produit et ajuster vos autres dépenses ?

Ce ne sera pas la première fois que vous payez un produit un peu plus cher que prévu et que vous vous rendez compte que c'était une excellente décision, donc n'hésitez pas.

Hormis le prix est ce qu'il y a quelque chose d'autre qui vous empêcherait de prendre ce produit ?

Si je pouvais rentrer dans le budget, quelles sont les autres raisons pour lesquelles vous achèteriez avec moi?

Vous voyez, c'est justement pour ces raisons que nous sommes un peu plus cher, et que vous devez travailler avec nous.

On vous revient on parle à la hiérarchie >> excellent, laissez-moi vous poser une question: en dehors de vous qui d'autre est impliqué dans la décision ?

Très bien, s'il devait dire NON à notre offre, qu'est ce qui pourrait le pousser à dire non? Le prix? Le format? Le délai de livraison?

Très bien, quelles sont les conditions qui pourraient le pousser à dire oui ?

Voici ce que je vous propose, laissez-moi vous envoyer une meilleure proposition que vous pourrez lui présenter.

Est-ce possible d'avoir un meeting ensemble pour que je lui détaille notre offre ? Oui ? Quand ?

Super je prépare tout ça.

Y'a-t-il une raison pour qu'il ne participe pas à ce meeting ?

La conjoncture n'est pas favorable >>

je suis d'accord avec vous, et c'est la raison pour laquelle vous devez investir maintenant parce que nos tarifs sont au plus bas.

Lorsque les choses vont redémarrer vous allez devoir payer plus pour obtenir exactement le même produit. Pourquoi vouloir dépenser plus ?

La meilleure gestion c'est acheter quand c'est au plus bas, et revendre quand c'est au plus haut...

Vous avez la réputation d'être très lent pourtant nous sommes pressés

>> nous avons revu nos process internes pour être plus rapide.

Si nous excédons tel délai, je m'engage à appliquer une remise spéciale de 2%.

Deal ?

9/ Comment recruter de bons commerciaux ?

2 méthodes

- Mettre beaucoup d'argent sur la table pour attirer les Top producers
- Recruter beaucoup, former, challenger, retenir les meilleurs

10. Ce que je retiens de toutes ces années qu'on ne dit pas aux gens

- Il n'y a rien de plus important que le marketing
- Les entreprises perdent énormément de temps à réduire les charges au lieu de travailler sur l'augmentation de leur chiffre d'affaires
- Le suivi fait partie de la vente, et commence quand le prospect dit non
- Tant qu'un prospect n'est pas décédé, il peut toujours passer à l'achat

- Sans formation, vous ne pourrez pas atteindre les niveaux que vous n'avez jamais atteints.