

STRUCTURER VOS FORCES DE VENTES

Développer les compétences
commerciales de vos équipes



L'état des lieux

Structurer ses équipes commerciales n'est pas toujours chose aisée pour les entreprises.

En effet, chaque collaborateur présente des caractéristiques qui lui sont propres en fonction de ses précédentes expériences, de sa personnalité, mais surtout de ses compétences commerciales.

Cependant, l'efficacité de vos forces de ventes repose sur une règle fondamentale : la complémentarité des profils.

Disposer du bon interlocuteur pour le bon client durant les différentes étapes du cycle de vente est une stratégie payante.

Si nous avons tous à l'esprit les profils de commerciaux chasseurs et éleveurs, cela revient uniquement à diviser le cycle de vente en deux grandes catégories :

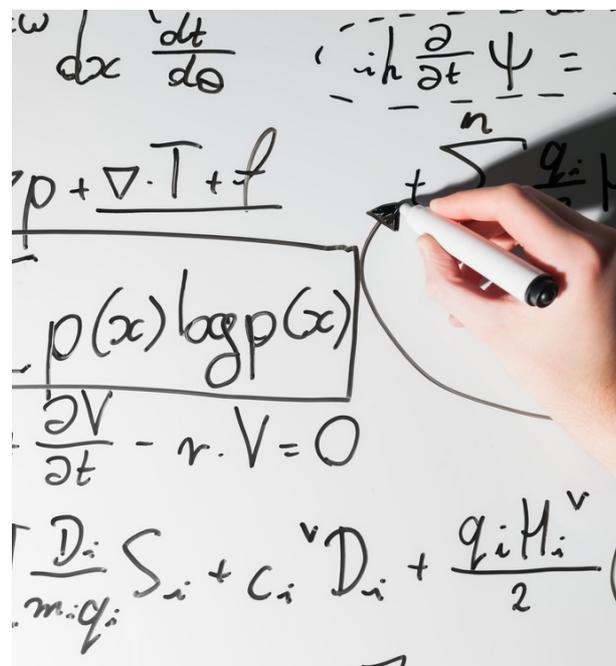
l'acquisition et la rétention.

Or aujourd'hui, nous sommes conscients que le cycle de vente, et notamment les ventes complexes, est un peu plus diversifié que cela.

De plus, les attentes et le niveau de vigilance des consommateurs ont changé et les équipes commerciales ont tout intérêt à avoir plusieurs cordes à leur arc.

En vous intéressant aux compétences commerciales de vos équipes, vous allez pouvoir mettre en évidence les forces et les axes d'améliorations de vos équipes de vente sur toute la durée du processus d'achat. Cela vous permettra de structurer au mieux vos équipes, d'améliorer vos performances et d'anticiper efficacement vos futurs recrutements.

Dans ce guide pratique, découvrez une description détaillée des différentes compétences commerciales et de leur application. Profitez également de tous nos conseils pour aider vos commerciaux à s'améliorer.



Le test de vente

Il est parfois difficile de parvenir à prendre du recul sur les forces et les axes d'améliorations de ses équipes lorsque vous les côtoyez au quotidien.

Pourtant, la première étape pour bien structurer vos équipes consiste à faire un état des lieux des compétences de vos commerciaux.

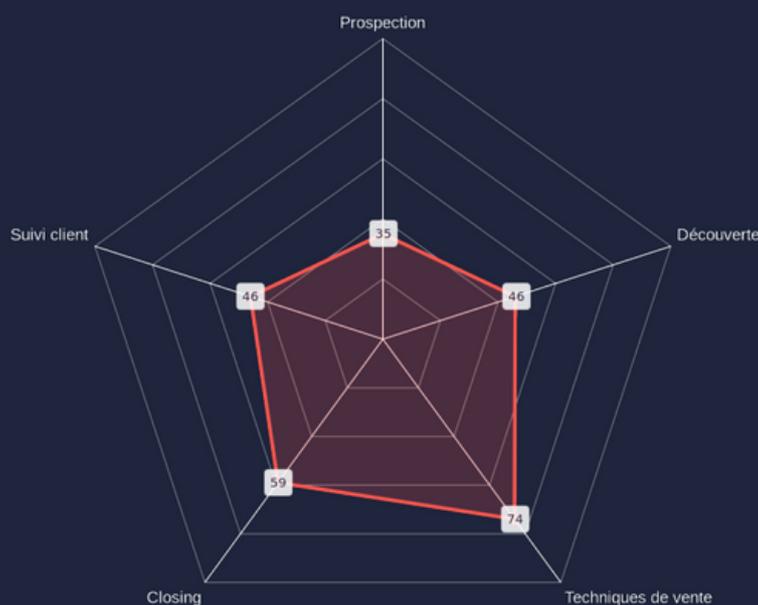
Pour vous accompagner, nous avons mis au point un test de vente unique et gratuit pour vous permettre de gagner en efficacité. Grâce à ce test, vous pourrez obtenir un mapping complet des compétences commerciales de vos équipes.

En seulement quelques minutes, vous pourrez dresser un bilan objectif et réaliste de la composition de vos forces de vente de la prospection au suivi client.

[Le test est ici](#)

Votre profil commercial

Vos réponses, à travers vos pratiques et habitudes, ont permis de dresser un portrait de vos compétences et préférences commerciales. Ce profil n'est pas une évaluation absolue : il est impossible d'obtenir le score maximum dans toutes les catégories. Cette répartition doit plutôt être vue comme une cartographie de vos préférences et capacités commerciales.



Prospection

Cette compétence mesure la capacité d'un commercial à trouver et contacter de nouveaux clients grâce à plusieurs moyens : téléphone, mails, prospection terrain ou réseaux sociaux.

À la frontière entre le marketing et la vente, la prospection est avant tout l'occasion de vous faire connaître, de développer votre image de marque et pour finir d'engager la discussion avec vos futurs clients.

Les différents niveaux de maîtrise :

- Une maîtrise moyenne signifie que le commercial n'arrive pas à mettre son prospect en confiance et à susciter un intérêt pour son produit/service. Une mauvaise prospection est le fruit d'une mauvaise préparation, d'une méthode inexistante ou approximative. Cela se caractérise par : des taux de prise de rendez-vous bas, le lien avec le prospect se perd à la suite de la prospection, un cycle de vente qui s'étire...
- Une bonne maîtrise signifie que le commercial arrive à mettre son prospect en confiance et à susciter un intérêt pour son produit/service. Il sait comment obtenir des rendez-vous qualifiés rapidement.

Les compétences nécessaires :

Cette étape du processus de vente nécessite de la résilience, de la régularité et de la persévérance dans vos routines.

La maîtrise et la gestion des bons outils d'automatisation et de prospection sont la clé pour transformer cette étape contraignante en un atout explosif qui fera la différence sur les étapes suivantes.

Score de
prospection :
35%





Nos conseils pour s'améliorer :

- Bien préparer sa prospection: un ciblage réfléchi, une bonne connaissance du marché et des concurrents, un CRM organisé, une pré qualification rigoureuse.
- Proposer de la valeur ajoutée à vos interlocuteurs à travers des contenus. Votre prospection sera beaucoup plus efficace si vous apparaissez comme plus intéressant qu'intéressé.
- La qualité de votre prospection vous permettra de réussir avec succès les étapes suivantes.
- Tester et tester encore ses approches. Il est important de réaliser des tests de vos discours d'approche pour évaluer la réaction de vos différents interlocuteurs et l'adapter en fonctions des retours
- La personnalisation est l'élément clé pour vous mener au succès. À l'ère de la sur sollicitation, il est important de faire ressortir l'authenticité de votre discours.

ASTUCE :

Le cold emailing est une des techniques de prospection les plus utilisées et les plus efficaces lorsqu'elle est correctement réalisée. Rapide et peu coûteuse, il peut être judicieux de faire progresser vos collaborateurs dans ce domaine.

Découverte

La découverte consiste à comprendre pourquoi un prospect a accepté un rendez-vous : il existe une peine tangible apparente ou sous-jacente qu'il faut parvenir à mettre en lumière. Il est du devoir du commercial de comprendre les attentes et de proposer la solution adéquate au prospect.

Les différents niveaux de maîtrise :

- Une maîtrise moyenne signifie que le commercial ne parvient pas entièrement à mettre son prospect en confiance. Pour y parvenir, il doit d'abord retravailler sa méthode de découverte avec des questions précises et structurées. Cela se caractérise par : vos commerciaux se contentent des problématiques évoquées par le prospect, ils ne sont pas en mesure d'expliquer le besoin concret du prospect, le devis est envoyé trop tôt et reste sans réponse...
- Une bonne maîtrise signifie que le commercial parvient à mettre son prospect en confiance. Il sait comment obtenir les bonnes informations et les utiliser pour présenter les bénéfices de son produit/service.

Les compétences nécessaires :

Cette étape du processus de vente nécessite de la curiosité, de l'empathie et une bonne préparation. Cela requiert également la connaissance des techniques de découverte comme le plan de découverte et l'écoute active.

L'objectif de cette étape est de créer un lien de confiance réciproque afin de placer le prospect en condition pour partager ses enjeux.



POSTURE :

La posture est importante dans cette phase de découverte puisqu'il va falloir créer une atmosphère rassurante pour nouer une relation de confiance. Il faut donc être intéressé par les réponses de votre prospect, rassurant, à l'écoute et ne pas précipiter les choses.



Nos conseils pour s'améliorer :

- Être en écoute active et rebondir sur les réponses du prospect
- Identifier rapidement les peines du prospect en posant des questions ouvertes
- Maintenir un historique précis des interactions avec le prospect grâce à la prise de note manuscrite. Évitez l'ordinateur, cela peut rompre le lien avec le prospect
- Se limiter dans le nombre de questions en se focalisant sur la problématique principale.

- Ne pas tomber dans le piège de la sur interprétation de la problématique client afin de la faire correspondre à vos attentes et vos solutions
- Terminer votre phase de découverte par une ouverture sur les prochaines étapes de votre cycle de vente afin d'impliquer davantage le prospect dans le tunnel de conversion.

Techniques de vente

La technique de vente est l'ensemble des méthodes permettant à un commercial d'amener les prospects au stade de client grâce à un argumentaire puissant et maîtrisé. Cette compétence mesure donc le niveau d'agilité technique d'un commercial aujourd'hui très recherché sur le marché.

Les différents niveaux de maîtrise :

- Une maîtrise moyenne indique que le commercial ne maîtrise pas totalement les fondamentaux des techniques de vente nécessaires pour signer un nouveau client. Cela se caractérise par : des prévisions de ventes non atteintes ou trop élevées, des prospects qui quittent le tunnel de vente, des difficultés lors du closing...
- **Une bonne maîtrise indique que le commercial parvient à faire avancer le prospect dans le tunnel de vente en limitant les points de friction. Il comprend les attentes et les besoins de son interlocuteur et parvient à démontrer pourquoi votre entreprise est la solution.**

Les compétences nécessaires :

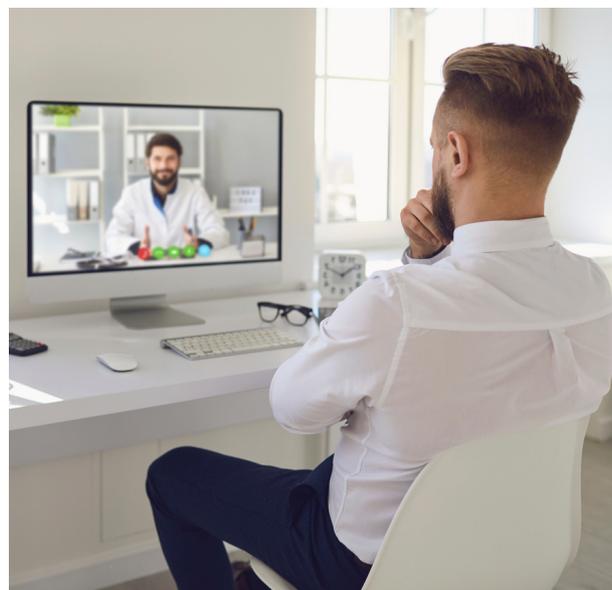
Les techniques de vente sont des connaissances qui s'apprennent avec la pratique et se développent de empiriquement : par exemple, parler systématiquement au présent a un effet d'ancrage sur le prospect.

Cette étape du processus de vente nécessite de la confiance et une excellente connaissance dans son produit/service, une agilité dans la présentation des bénéfices et de l'assurance dans la réponse aux objections.



Nos conseils pour s'améliorer :

- Se former sur des modèles de vente concrets comme le BANT, le BATNA, le SONCAS etc.
- Accompagner des commerciaux plus expérimentés et s'inspirer de leurs techniques
- Mettre en place une FAQ interne comme support consultable par vos commerciaux en cas de doute pour répondre à une objection du prospect
- Instaurer un plan de vente à suivre pour les recrues en difficulté. Cela permet d'instaurer un cadre et une trame à suivre tout au long du rendez-vous client
- Réaliser des sessions de formation régulières pour maintenir vos commerciaux au meilleur niveau de connaissances des techniques de vente



ASTUCE :

Pour être expert, il faut se présenter comme tel : commencez vos échanges avec une présentation de vous dynamique et accrocheuse. Il faut donner à vos interlocuteurs l'envie de poursuivre la discussion avec vous.

Closing

Cette compétence mesure la capacité de mobilisation et d'action d'un commercial pour assurer et accélérer la signature d'un contrat. C'est une étape fondamentale, car elle représente l'aboutissement des efforts menés tout au long du tunnel de vente.

Les différents niveaux de maîtrise :

- Une maîtrise moyenne indique que le commercial ne prend pas assez en main la finalisation du processus de vente et laisse trop de marge de manœuvre au prospect. Cela se caractérise par : l'absence de retour après l'envoi du devis, de nombreuses objections avant la signature, des cycles de vente qui s'allongent sur la durée....
- **Un bon niveau de maîtrise indique que le commercial parvient à obtenir une décision finale positive en un laps de temps court grâce à une bonne maîtrise de la temporalité du processus.**

Les compétences nécessaires :

Le closing est l'étape la plus complexe d'un cycle de vente, un bon commercial prend son prospect par la main pour l'emmener jusqu'à la signature du contrat. Cette étape du processus de vente nécessite du rythme (ne pas confondre avec précipitation), de la régularité et de la persévérance.

Cette phase est l'une des plus sensibles du cycle de vente. Garder votre posture de conseil, soyez proche sans être encombrant et inciter votre interlocuteur à se projeter avec vous

Nos conseils pour s'améliorer :

- Mettre en place un calendrier précis de next steps ou en tout cas savoir le co-construire
- Savoir identifier et isoler une objection
- Connaître le processus de décision du prospect
- Continuer à être force de conseil, projeter le client sur les étapes d'après
- Être capable de mesurer le niveau de maturité du prospect
- Parvenir à discerner les prospects à la recherche de devis rapide pour négocier les prix auprès d'un de vos concurrents des futurs clients potentiels



Suivi

Cette compétence mesure la capacité d'un commercial à établir une relation durable avec un client.

Les différents niveaux de maîtrise :

- Une maîtrise moyenne indique que le commercial ne considère pas la fidélisation d'un client comme important ou que cette tâche ne rentre pas dans son périmètre de poste. Il pourrait être plus à l'écoute de leurs attentes, anticiper des besoins d'up-sales ou cross-sales. Un client envoie des signaux faibles qu'un bon commercial en suivi client saura décrypter. Cela se caractérise par : des difficultés au moment du renew, peu de recommandations clients voir des avis négatifs, un mauvais score NPS...
- Une bonne maîtrise indique que le commercial considère la fidélisation comme importante et qu'il sait être à l'écoute des besoins du client.

Les compétences nécessaires :

C'est une étape clé car un bon suivi client permet de multiplier par 5 le repeat business, la vente de services complémentaires et la recommandation de vos services auprès de son réseau.

Cette étape post-signature nécessite de prendre soin de ses clients, de suivre la relation et de savoir écouter en toutes circonstances. Pour cela, il faut être doté d'un grand sens de l'empathie, des compétences en communication non verbale et l'intelligence situationnelle pour déceler les irritants rapidement.

Nos conseils pour s'améliorer :

- CRM mis à jour
- Une bonne connaissance des enjeux des clients
- Être pro actif dans sa prise de contact
- Sens du service

Mise en pratique

Face à la complexité croissante de la vente et la sur sollicitation de notre monde actuel, les fonctions commerciales cherchent à se spécialiser pour augmenter leurs performances.

Du growth hacker au CSM en passant par les BDR et Account Executive, nous pouvons observer l'ampleur de ce phénomène de segmentation du poste de commercial pour des métiers spécialisés.

En associant les compétences de vos commerciaux avec les étapes du cycle de vente, cela vous permet de comprendre les moments qui demandent du renforcement soit par de la formation ou par le recrutement. Vous serez également plus à même d'encourager la mobilité interne en fonction des préférences pour fidéliser des talents prometteurs et de plus en plus rares sur le marché.

En effet, ces compétences peuvent évoluer en même temps que la carrière de vos collaborateurs. Un junior sera en général plus à l'aise sur des fonctions de prospection et de découverte la ou un profil expérimenté se sera spécialisé dans l'argumentation et le closing.

L'expérience ne peut être le seul critère de jugement pour déterminer le domaine de prédilection d'un(e) commercial(e).

C'est dans cette optique que le test de vente Job2BeDone fait sens pour vous accompagner dans la structuration objective et réaliste de vos équipes.

[Le test est ici](#)

L'expertise Job2BeDone

Pour accompagner au mieux nos clients, nous prenons le temps de connaître les enjeux et les besoins derrière chaque recrutement. Grâce à cette approche centrée sur vos attentes, nos talent acquisition manager sont de véritable business partner au service de votre performance.

Vous avez des difficultés de recrutement ?

[Echangez avec nos experts !](#)

En savoir plus sur la formation des commerciaux ?

[Découvrez le book de vente !](#)