

# Sommaire

Mode d'emploi .....	9
Avant-propos : <i>Mieux vendre en B to B</i> , votre coach de la vente .....	11
<b>PARTIE 1 - PRÉPARER LA VENTE</b> .....	15
<b>Chapitre 1 - Une vue panoramique de la vente</b> .....	17
La vente, cette méconnue .....	17
Mieux vendre en B to B, une entreprise de clarification .....	18
La vente est une démarche complexe.....	18
Un ordre hiératique ?.....	19
Les contenus de Mieux vendre en B to B.....	20
Quel est l'esprit de Mieux vendre en B to B ? .....	20
La vente n'est pas un jeu de hasard.....	21
Comment se présente Mieux vendre en B to B ?.....	21
Les sept étapes de la vente.....	23
<b>Chapitre 2 - Un vendeur organisé en vaut deux</b> .....	25
Les données de départ.....	26
La dynamique des impulsions .....	27
La dynamique des moyens.....	28
La mobilisation des énergies par l'encadrement .....	29
Un commercial gestionnaire .....	30
<b>Chapitre 3 - Quelle stratégie de clientèle ?</b> .....	33
L'art de disposer ses forces avant la négociation.....	33

<b>Chapitre 4 - Ce que vous vendez intéresse-t-il votre interlocuteur ? Pas si sûr !</b> .....	39
Quel « produit » vendez-vous ?.....	39
Les marchés sont et seront de plus en plus concurrentiels.....	41
<b>Chapitre 5 - Décryptez le « mécanisme » de la décision d'achat</b> .....	45
Comment un client prend-il sa décision d'achat ? .....	46
L'intervention persuasive du vendeur .....	48
<b>Chapitre 6 - Les ressorts psychologiques de la vente</b> .....	51
Les quatre phases de l'émergence d'un besoin .....	52
L'incubation du besoin .....	52
L'émergence du besoin .....	53
Comprendre les acheteurs de la grande distribution.....	58
<b>Chapitre 7 - Préparez-vous aussi minutieusement qu'un athlète de haut niveau</b> .....	61
Fixez-vous un objectif de négociation .....	62
Pensez à celui que vous allez rencontrer.....	64
Douze questions pour mieux situer vos interlocuteurs .....	66
<b>Chapitre 8 - Votre tactique de négociation : convaincre ou persuader ?</b> .....	71
La démarche persuasive comme approche .....	72
Quelle sera votre tactique de vente ?.....	74
La pratique de la démarche persuasive .....	75
<b>PARTIE 2 - RÉUSSIR SON ENTRÉE EN MATIÈRE</b> .....	79
<b>Chapitre 9 - Et maintenant, tous les atouts sont-ils dans votre jeu ?</b> .....	81
L'entrée en matière.....	81
L'annonce de l'objet de la visite.....	82
La proposition d'un plan de travail.....	83
Retentissement de l'entrée en matière.....	84
Les dangers d'une familiarité excessive.....	85

<b>Chapitre 10 - Soignez les apparences</b> .....	89
D'illustres antécédents .....	90
L'image que vous voulez donner de vous .....	91
Les effets recherchés .....	94
Vos moyens d'expression signent votre personnage de vendeur... 99	
Le langage de la vente .....	101
Mise en garde.....	103
 <b>PARTIE 3 - MIEUX CONNAÎTRE LE CLIENT</b> .....	 105
<b>Chapitre 11 - Un zeste de techniques de communication</b> ....	107
Les techniques d'interview .....	107
L'art et la pratique de l'interview .....	114
 <b>Chapitre 12 - L'écoute, atout majeur de la vente</b> .....	 119
Difficulté de l'écoute .....	120
 <b>Chapitre 13 - Quand les gestes amplifient ou infirment le discours de votre client</b> .....	 127
Les enseignements du langage corporel.....	127
Visage, bras et mains, posture corporelle .....	128
Notre regard nous informe.....	135
La chaîne gestuelle .....	135
 <b>Chapitre 14 - Tout savoir du client (ou presque) pour mieux lui vendre</b> .....	 137
La découverte.....	137
Les stades de la découverte.....	139
L'introduction de la découverte.....	139
Quelles informations collecter ? .....	141
À la recherche du problème mal résolu.....	142
La découverte chez les clients acquis .....	145
La dialectique de la découverte.....	146
 <b>PARTIE 4 - ATTEINDRE L'ACCORD</b> .....	 151
 <b>Chapitre 15 - La cristallisation de la vente</b> .....	 153
Le tri des informations .....	154

La prise de points d'appui.....	155
<b>Chapitre 16 - Proposez, argumentez, avancez, entraînez votre client vers l'accord</b> .....	159
La proposition .....	160
L'argumentation personnalisée.....	162
La démonstration-vente.....	174
<b>Chapitre 17 - Emportez la décision !</b> .....	179
La difficulté de conclure.....	179
Les modalités de la conclusion.....	185
<b>PARTIE 5 - APAISER LES TENSIONS ET FIDÉLISER</b> .....	193
<b>Chapitre 18 - Votre client n'est pas tout à fait d'accord ? Ce n'est pas un drame !</b> .....	195
Des objections, pourquoi ?.....	197
Qu'est-ce qu'une objection ?.....	198
Et si l'on abordait l'obstacle du prix ?.....	205
En cas de difficultés.....	209
Douze exemples de traitement des objections.....	211
<b>Chapitre 19 - Pour satisfaire complètement et durablement votre client</b> .....	219
Consolidez votre vente .....	220
Éviter l'annulation .....	221
Traitez les angoisses.....	222
Gérez vos promesses.....	223
<b>Chapitre 20 - Un entretien de vente inoubliable</b> .....	225
La diffusion des informations recueillies.....	225
L'exploitation de l'entretien de vente .....	226
Conclusion.....	229
Cahier d'entraînement.....	231
À propos de l'auteur .....	245