

COMMUNICATION DECEMBRE 2017

Table des matières

Présenter son offre commerciale : pas de place pour l'improvisation !	2
Qu'est-ce qui distingue votre offre de service de celle de la concurrence ?.....	2
Quels sont vos clients ? Est-ce que vous leur proposez les mêmes prestations quel que soit leur profil ?	2
Appréhendez les besoins du client – Soyez à l'écoute	3
Cadrez la mission.....	3
4 « astuces » CAPE SERVICES pour optimiser votre présentation à l'oral	4
ENTRETIEN AVEC HELENE BAUDERLICQUE, experte marketing & communication	4



Présenter son offre commerciale : pas de place pour l'improvisation !

Même si vous connaissez votre activité sur le bout des doigts, vous avez parfois du mal à en parler

CAPE SERVICES vous donne quelques trucs et astuces pour présenter votre offre de service sous son meilleur jour.

Pas de place pour l'improvisation !

Une rapide check-list des questions que vous devez vous être posées... et des réponses à y apporter !

Qu'est-ce qui distingue votre offre de service de celle de la concurrence ?

Chaque entretien avec un client, un partenaire doit être minutieusement préparé. Même si votre activité en solo est récente, il faut absolument vous différencier de la concurrence. Cette distinction ne doit pas être basée sur les prix mais sur les services que vous proposez.

Les différences existent toujours

Que ce soit par votre proximité avec vos clients, votre professionnalisme, votre expérience, votre flexibilité ...

Listez au moins 3 différences qui vous démarquent de vos concurrents. En face de ces différences, écrivez une phrase qui explique pourquoi et comment votre entreprise est différente des autres.

Vous ne trouvez pas ?

Alors il faut affiner votre recherche en vous penchant sur le couple produit offre de service / marché.



Quels sont vos clients ? Est-ce que vous leur proposez les mêmes prestations que soit leur profil ?

° Classez vos clients par catégories

Sachant que ces catégories sont basées sur des critères de ressemblance.

Par exemple les grands groupes et les pme..

° Définissez vos clients idéaux

Ceux avec lesquels vous rêvez de travailler ! Cela vous permettra de vous projeter et donc de définir plus facilement vos prestations

° Ayez des messages différents en fonction des catégories !

A chaque catégorie vous allez proposer une prestation qui correspond à ses besoins...

Par exemple dans un grand groupe vous allez vous joindre à l'équipe en place et vous adapter aux procédures existantes.

Dans une PME, vous allez proposer une offre packagée et prendre en charge l'intégralité du projet.

Vous allez aussi insister sur le fait que **vous apportez des SOLUTIONS** à vos clients – prospects – puisque **vous êtes l'expert** dans votre domaine.



Appréhendez les besoins du client – Soyez à l'écoute

La compréhension de la problématique du client est primordiale. Ecoutez le !

Vous ne pourrez pas ajuster votre offre dans le cas contraire. Il faut que le client se dise : « le prestataire a compris notre besoin et répond bien à nos attentes ».



Adaptez vous à votre client !

Les informations et les explications que vous lui donnez, doivent être compréhensibles de ce dernier.

Lors de vos contacts, si vous sentez que le client souhaite du temps, **soyez patient.**

Cadrez la mission

Il faut prendre du temps avec votre client et échanger avec lui pour être clair sur ce que recouvre votre proposition et ce qu'elle ne prend pas en charge.

Abordez explicitement tous les points avec lui de façon à ce qu'il n'y ait pas de malentendus :



- Les aspects organisationnels (la façon dont vous allez travailler ensemble)
- Le prix de votre proposition (pensez aux éventuels frais liés à la mission pour une éventuelle prise en charge de la part du client)

Cette transparence permet une relation saine entre votre client et vous.

4 « astuces » CAPE SERVICES pour optimiser votre présentation à l'oral

- *Inspirez et soufflez profondément avant de prendre la parole*
- *Mettez-vous dans la peau d'un acteur qui joue son rôle. Soyez enthousiaste et mettez de l'intonation dans votre voix*
- *Trouvez un slogan pour conclure votre présentation, cela marquera les esprits*
- *Entraînez-vous, répétez votre présentation plusieurs fois seul puis devant un public bienveillant qui vous aidera à vous améliorer*

ENTRETIEN AVEC HELENE BAUDERLICQUE, experte marketing & communication

On nous demande de plus en plus souvent de présenter notre entreprise en moins de deux minutes. Pour cela il faut être précis, concis et rigoureux : pas de place pour l'hésitation. Un entraînement s'impose.



- Commencez par **vous présenter** :
« Je m'appelle *Prénom Nom*, je suis expert(e) dans le domaine *du marketing* et je travaille seule *depuis x ans*. J'interviens dans la région *les Hauts-de-France* principalement dans les *entreprises industrielles, les collectivités ...*
- Ensuite parlez de **vos prestations** les plus significatives (pas la peine de faire une liste exhaustive, personne ne va la retenir).
Donnez quelques chiffres clés.
Et bien sûr insistez sur vos compétences **DISTINCTIVES** – celles listées plus haut.

- Continuez par des **références** de clients en expliquant succinctement ce que vous avez fait pour l'un d'entre eux
- Et **concluez** par votre slogan.

S'il vous reste un peu de temps, n'hésitez pas à placer une phrase sur votre statut « j'ai choisi de travailler en portage salarial avec CAPE SERVICES. Cette société gère mes contrats ce qui me laisse plus de temps pour me concentrer sur mon cœur de métier. En plus je suis débarrassé(e) des tracas administratifs ».

Enfin je terminerai par la **tenue vestimentaire qui doit être en adéquation avec votre activité professionnelle.**

Rappelez-vous que la première impression que vous donnerez est gravée dans la tête de votre interlocuteur.