Guide de Prospection Commerciale

Skifo

Chapitre 1 : Introduction et Positionnement

Bienvenue dans l'aventure Skifo

Chez Skifo, nous croyons fermement que chaque micro ou petite entreprise a le droit d'exploiter tout son potentiel sans se laisser freiner par la complexité du numérique. En rejoignant notre réseau de commerciaux, vous devenez un acteur clé de cette mission : aider des entrepreneurs passionnés à vendre leurs prestations et produits de manière simple, rapide, et automatique.

Nous savons que votre rôle ne se limite pas à vendre un abonnement. Vous êtes le visage de Skifo auprès de nos clients, un partenaire de confiance, et le lien humain qui rend notre accompagnement unique. Vous faites partie de la grande famille Skifo, et ensemble, nous changeons la manière dont les petites entreprises abordent leur développement numérique.

La mission de Skifo

La mission de Skifo est claire et ambitieuse : permettre aux micros et petites entreprises de vendre leurs prestations ou produits grâce au numérique, sans tracas et en toute simplicité. **Pourquoi ?** Parce que ces entrepreneurs doivent pouvoir se concentrer sur ce qu'ils aiment faire – leur cœur de métier – sans perdre du temps sur des outils complexes ou des tâches qui les éloignent de leur passion.

Avec Skifo, nous leur offrons :

Un système de vente automatisé pour générer des revenus sans effort.
Une plateforme simple d'utilisation, pensée pour les novices en numérique.
Un accompagnement humain et bienveillant, pour qu'ils se sentent toujours soutenus.

Votre rôle dans cette mission

En tant que commercial indépendant Skifo, vous jouez un rôle essentiel :

1

Représenter la marque Skifo

Vous êtes l'ambassadeur de nos valeurs – simplicité, humanité, et sérénité.

2

Accompagner les entreprises

Chaque client doit se sentir compris, soutenu, et en sécurité lorsqu'il fait le choix de Skifo.

3

Créer un lien durable

L'objectif n'est pas seulement de vendre un abonnement, mais de bâtir une relation de confiance qui fera de nos clients des partenaires à vie.

En aidant les entrepreneurs à réussir, vous contribuez à leur bonheur professionnel et personnel. Vous leur offrez plus de temps pour ce qui compte vraiment : leur métier, leurs proches, et leurs passions.

Ce qui rend Skifo unique

Les micros et petites entreprises ont souvent été laissées de côté par des solutions complexes ou inaccessibles. Skifo se distingue par :

1. **Sa simplicité**
   Une interface intuitive qui évite aux clients de se perdre dans une "usine à gaz".

2. **Son approche humaine**
   Un accompagnement hebdomadaire via des sessions de groupe sur Zoom, pour répondre à toutes les questions et lever les blocages.

3. **Son focus sur les résultats**
   Une plateforme conçue pour générer des ventes, rapidement et sans effort, même pour les débutants.

Avec Skifo, nos clients n'achètent pas seulement une plateforme SaaS. Ils rejoignent une communauté qui les soutient et les guide à chaque étape de leur développement.



Les résultats attendus

Pour réussir dans cette aventure, votre mission va bien au-delà de la simple prospection et vente. Nous attendons de vous :

1. **Un lien humain fort avec chaque client**
   Faites en sorte que chaque entreprise se sente valorisée et écoutée.
2. **Une satisfaction client optimale**
   Votre objectif est de transformer chaque abonné en un client fidèle, heureux de recommander Skifo à son entourage.
3. **Un retour terrain précieux**
   Remontez-nous toutes les frustrations, blocages ou suggestions des clients pour que nous puissions constamment améliorer notre service.

Ensemble, nous ne nous contentons pas de vendre des abonnements : nous construisons une solution durable pour accompagner les entreprises vers leur réussite.

En résumé

En tant que commercial Skifo, vous êtes bien plus qu'un vendeur.

Vous êtes :

Un guide

Pour accompagner les entreprises dans la transition numérique.

Un bâtisseur de relations

Pour créer un lien durable et de confiance avec nos clients.

Un catalyseur de succès

Pour aider nos clients à atteindre leurs objectifs professionnels tout en vivant une vie plus sereine.

Bienvenue dans la famille Skifo, où chaque action que vous menez contribue à changer la vie des entrepreneurs. Ensemble, nous faisons la différence, un abonnement à la fois.



Chapitre 2 : Préparation de la Prospection

La préparation est la clé du succès. Avant de vous lancer sur le terrain, il est essentiel de vous organiser, de comprendre vos outils, et de planifier vos actions. Ce chapitre vous guidera pour aborder chaque journée de prospection avec clarté, confiance et efficacité.



Comprendre vos outils de prospection

Pour maximiser votre impact, Skifo met à votre disposition un ensemble d'outils simples mais puissants :

Kit de prospection Skifo

- Brochures et flyers : Des supports clairs et visuels pour présenter les avantages de Skifo.
- QR codes dynamiques : Un accès direct à la plateforme pour des démonstrations en temps réel.
- Mini pitch rédigé : Un résumé concis pour introduire Skifo lors de vos premiers échanges.

Votre tableau de suivi

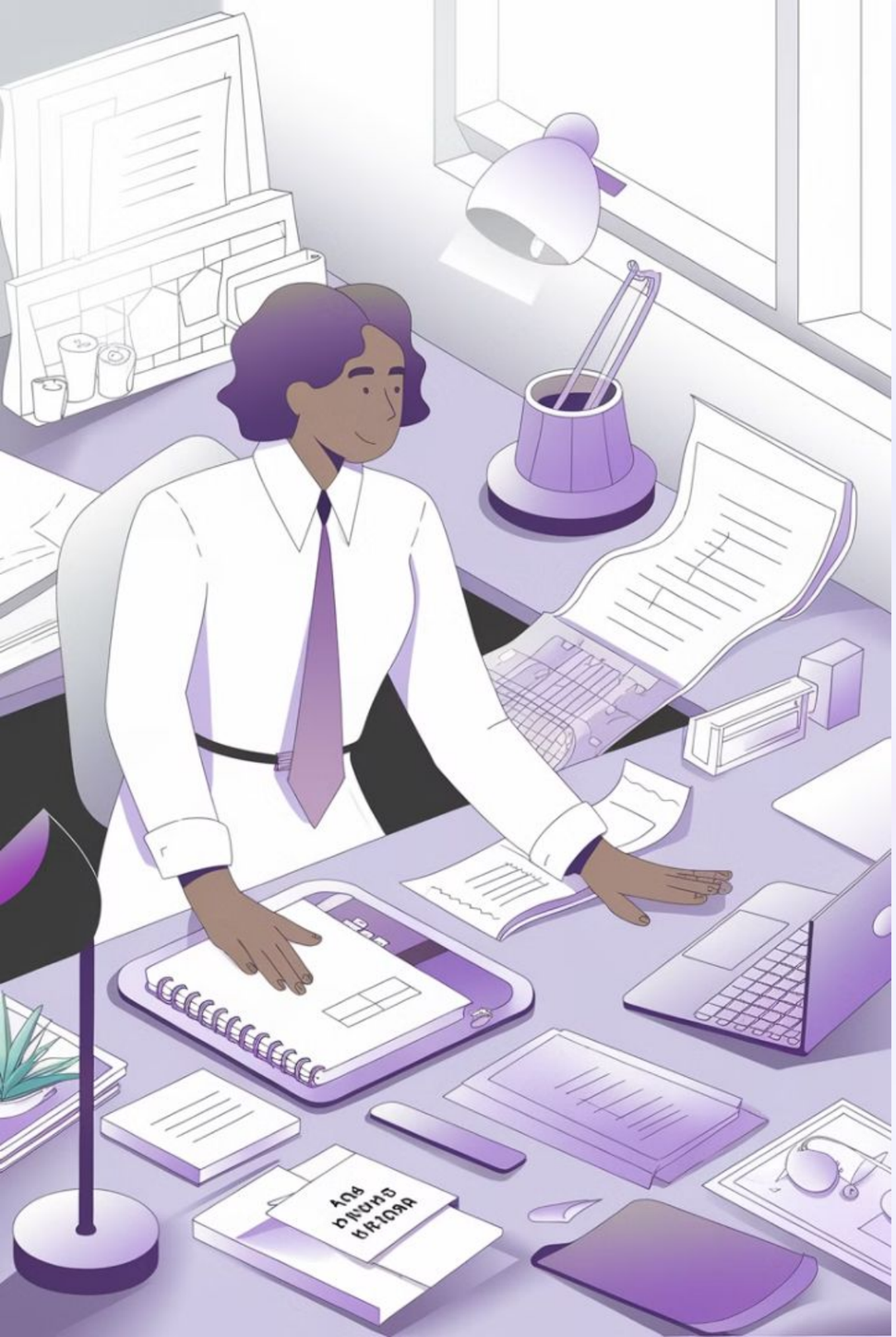
Suivez toutes vos interactions dans le tableau mis à votre disposition sur Drive. Indiquez-y : le nom de l'entreprise, les coordonnées du décideur, la date du contact, et l'étape en cours (prospect, présentation, vente, etc.).

Pourquoi ? Cela vous permettra de rester organisé et de ne laisser aucun prospect de côté.

Matériel recommandé

- Une tablette ou un smartphone chargé pour présenter la plateforme. La tablette étant fortement conseillée.
- Un carnet ou une application de prise de notes pour noter les retours clients.

Votre sourire et votre enthousiasme, vos meilleurs atouts ! 😄



Planification des journées de prospection

Une bonne organisation commence par une planification efficace. Voici les étapes à suivre :

Agenda
Établissez un calendrier détaillé de vos journées de prospection.

Itinéraire
Planifiez votre parcours pour optimiser vos déplacements.

Objectifs
Définissez des objectifs clairs et mesurables pour chaque journée.

Préparation
Préparez tous les documents et outils nécessaires à l'avance.

Cibles prioritaires

Identifier vos cibles prioritaires est une étape cruciale dans votre stratégie de prospection. Voici les profils idéaux à cibler :

1

Commerces de proximité

- Boulangeries
- Boutiques
- Coiffeurs

2

Artisans

- Plombiers
- Électriciens
- Menuisiers

3

TPE de services

- Consultants
- Auto-écoles
- Petites agences

Critères clés

- Entreprises locales, qui vendent des prestations ou des produits.
- Peu ou pas à l'aise avec le numérique, mais désireuses de développer leur activité.

Définir votre zone géographique

Priorisation des zones

Priorisez les zones urbaines ou semi-urbaines, où les TPE sont nombreuses.

Organisation des déplacements

Organisez vos déplacements pour maximiser vos rencontres et éviter les allers-retours inutiles.

La définition de votre zone géographique est une étape cruciale dans votre stratégie de prospection. En ciblant les zones urbaines et semi-urbaines, vous augmentez vos chances de rencontrer un grand nombre de TPE (Très Petites Entreprises) potentiellement intéressées par vos services.

Une organisation efficace de vos déplacements est tout aussi importante. En planifiant soigneusement vos itinéraires, vous pouvez optimiser votre temps sur le terrain, rencontrer plus de prospects et réduire les temps de trajet improductifs. Cette approche méthodique vous permettra de couvrir efficacement votre zone géographique tout en maximisant vos opportunités de vente.

Objectifs journaliers

Pour une prospection efficace, il est crucial de se fixer des objectifs journaliers clairs et réalisables. Voici les objectifs recommandés pour optimiser votre démarche commerciale :

Contacts qualifiés : Contactez 5 à 10 prospects qualifiés par jour

Rendez-vous : Programmez 2 à 3 rendez-vous en face-à-face ou en visio par semaine

Ces objectifs vous permettront de maintenir un rythme soutenu dans votre prospection tout en vous laissant le temps nécessaire pour bien préparer chaque interaction. N'oubliez pas que la qualité des contacts est aussi importante que la quantité.

En vous fixant ces objectifs journaliers, vous structurez votre approche et pouvez mesurer facilement vos progrès. Cela vous aidera à rester motivé et à ajuster votre stratégie si nécessaire pour atteindre vos objectifs de vente à long terme.

Préparation des messages d'approche

Avant chaque interaction, préparez un message clair, chaleureux et engageant. Voici deux exemples de messages d'approche pour différentes situations :

2 **Types de messages**
Script téléphonique et approche en face-à-face

1 **Objectif principal**
Engager une conversation sur Skifo

Script téléphonique (pour prise de contact ou rendez-vous)

> Bonjour, je m'appelle [Votre prénom], je travaille avec Skifo, une solution numérique spécialement conçue pour aider les petites entreprises comme la vôtre à développer leurs ventes sans effort. Nous proposons une plateforme simple et intuitive qui automatise vos ventes, pour que vous puissiez rester concentré sur ce que vous aimez vraiment : votre métier. Est-ce que nous pourrions échanger rapidement pour voir comment Skifo pourrait vous aider ?

Préparation des messages d'approche

Approche en face-à-face (contact direct avec le chef d'entreprise)

1. Présentez-vous avec le sourire : "Bonjour, je suis [Votre prénom], partenaire de Skifo, une solution numérique pensée pour simplifier la vie des entrepreneurs comme vous."

2. Posez une question engageante :
   - "Est-ce que vous utilisez déjà des outils numériques pour gérer vos ventes ?"
   - "Avez-vous parfois l'impression de passer trop de temps sur des tâches qui vous éloignent de votre métier ?"

3. Adaptez votre discours : En fonction de leur réponse, mettez en avant les avantages spécifiques de Skifo.

Anticiper les objections

Préparez-vous à répondre aux objections les plus courantes. Un bon commercial sait transformer un doute en opportunité :

"Je n'ai pas le temps." Justement, Skifo est conçu pour vous faire gagner du temps. En quelques clics, vous automatisez vos ventes et vous pouvez vous concentrer sur votre métier.

"Je ne suis pas doué avec les outils numériques." Rassurez-vous ! Notre interface est tellement simple qu'elle ne demande aucune compétence technique. Et en plus, nous proposons un accompagnement hebdomadaire en visio pour répondre à toutes vos questions.

"Je n'ai pas le budget." Nos solutions sont pensées pour être accessibles à toutes les entreprises. Avec le plan Expert, vous avez un retour sur investissement rapide grâce à l'augmentation de vos ventes.

Se motiver avant de partir

Le succès d'une journée de prospection commence dans votre tête.

Voici quelques astuces pour partir sur une bonne énergie :

Rappelez-vous pourquoi vous faites cela

Vous aidez des entrepreneurs à réussir et à retrouver du temps pour leurs passions.

Fixez-vous un mini-challenge

Par exemple, "Je vais faire au moins 3 contacts de qualité aujourd'hui."

Souriez, même au téléphone

Les prospects ressentent votre enthousiasme, même à distance.



Motivation avant de partir

Avant de commencer votre journée de prospection, il est crucial de vous assurer que vous êtes bien préparé et motivé. Voici une checklist pour vérifier si vous êtes prêt :

Matériel

- Tablette
- Flyers
- Cartes de visite

Préparation

- Zone géographique identifiée
- Cibles définies
- Pitch préparé
- Objections anticipées

État d'esprit

Je suis motivé et prêt à faire de ma journée un succès.

Êtes-vous prêt ? Assurez-vous de pouvoir cocher tous ces points avant de partir. Une bonne préparation est la clé d'une journée de prospection réussie.

Conclusion et encouragement

Avec une bonne préparation, chaque jour de prospection peut devenir une opportunité de transformer des entreprises et de renforcer le lien unique entre Skifo et ses clients. Vous êtes prêts ? Alors, lancez-vous avec le sourire et la conviction que vous faites la différence ! 🚀

Opportunités de transformation : Chaque journée de prospection offre la possibilité de faire évoluer positivement les entreprises

Renforcement des liens : La prospection permet de consolider la relation unique entre Skifo et ses clients

Attitude positive : Abordez la prospection avec le sourire et une conviction profonde

Impact significatif : Ayez la certitude que vos efforts font réellement la différence

Chapitre 3 : Techniques pour Entrer en Relation avec le Dirigeant

Entrer en contact avec le bon interlocuteur – le dirigeant – est une étape cruciale dans votre démarche commerciale. Votre objectif est de capter son attention dès les premières secondes et de créer un lien de confiance. Dans ce chapitre, vous découvrirez des techniques simples et efficaces pour établir ce contact, que ce soit en face-à-face ou à distance.

1. Identifier le bon interlocuteur

Le décideur est généralement le chef d'entreprise ou une personne-clé qui influence les décisions (un associé, un responsable opérationnel, etc.). Voici comment vous assurer d'atteindre la bonne personne :

Faire ses devoirs

Avant de visiter une entreprise, renseignez-vous sur son activité et, si possible, sur la personne à contacter (Google, réseaux sociaux professionnels, site web).

Poser la bonne question dès l'arrivée

Si vous entrez dans un commerce ou un atelier, demandez simplement et avec respect : "Bonjour, je cherche à parler avec le responsable ou la personne en charge du développement de l'activité."

Éviter les pièges

Si vous tombez sur un intermédiaire qui filtre l'accès au dirigeant, restez courtois mais insistant : "Je comprends parfaitement. Je travaille avec des solutions qui pourraient vraiment aider votre entreprise. Pourriez-vous me dire à quel moment je pourrais discuter directement avec [Nom du dirigeant] ?"

2. Techniques de prise de contact

Pour capter l'attention du dirigeant, il est important de soigner vos premiers mots. Voici comment maximiser vos chances selon le mode de contact :

En face-à-face

- Soignez votre entrée : Habillez-vous de manière professionnelle mais adaptée au secteur visé. Présentez-vous avec un sourire et un ton chaleureux.
- Commencez par une observation valorisante : "Je vois que votre boutique est très bien mise en valeur." "Votre activité semble être très dynamique, c'est inspirant."
- Soyez direct, mais empathique : "Je travaille avec Skifo, une solution simple et accessible pour aider les petites entreprises à vendre plus facilement. Je pense que cela pourrait vous intéresser."

Par téléphone

- Introduction claire et engageante : "Bonjour, je suis [Votre prénom], je travaille avec Skifo, une plateforme conçue pour simplifier la vente des petites entreprises. Est-ce que je peux prendre deux minutes pour vous expliquer comment cela pourrait vous être utile ?"
- Soyez concis et évitez les longs discours : "Nous aidons les entrepreneurs à vendre leurs prestations et produits automatiquement, même s'ils ne sont pas à l'aise avec le numérique. Cela pourrait vous intéresser, n’est-ce pas ?"
- Proposez une rencontre : "Je serai dans votre secteur cette semaine. Seriez-vous disponible pour que je vous montre rapidement comment cela fonctionne ?"

3. Créer un climat de confiance

Une fois en contact avec le dirigeant, le plus important est de le mettre à l'aise et de lui montrer que vous comprenez ses besoins.

Écoutez avant de parler

- Posez des questions ouvertes pour découvrir ses priorités : "Quelles sont vos principales préoccupations en ce moment pour développer votre activité ?" "Avez-vous déjà essayé des outils numériques pour booster vos ventes ?"
- Montrez que vous écoutez : Reformulez ses réponses pour lui montrer que vous comprenez ses besoins.

Adoptez une posture de solutionneur

- Positionnez-vous comme un partenaire, pas comme un vendeur : "Je suis là pour vous montrer une solution qui pourrait vraiment vous aider à gagner du temps et à vendre plus."
- Utilisez des exemples concrets : "Par exemple, l'un de nos clients, une petite boulangerie, a pu automatiser ses commandes en ligne et générer plus de ventes sans effort."

4. Contourner les obstacles et les intermédiaires

Vous serez parfois confronté à des situations où le dirigeant n'est pas immédiatement disponible. Voici comment réagir :

Si le dirigeant est absent

"Très bien. Puis-je vous laisser mes coordonnées pour que [Nom] me rappelle à un moment qui lui conviendrait ? J'aimerais beaucoup lui montrer comment Skifo pourrait l'aider."

Si vous êtes confronté à un filtre (assistant, réceptionniste, etc.)

Soyez amical mais déterminé : "Je comprends que [Nom] est occupé. Pensez-vous que je pourrais lui parler rapidement, même par téléphone ?" Si nécessaire, demandez l'horaire le plus adapté pour le recontacter.

5. Scripts types pour entrer en relation

Voici des exemples de scripts pour vous inspirer :

En face-à-face

"Bonjour, je suis [Votre prénom], je travaille avec Skifo. Nous aidons des entrepreneurs comme vous à simplifier leurs ventes grâce à une solution numérique très intuitive. Est-ce que vous auriez quelques minutes pour que je vous explique comment cela fonctionne ?"

Par téléphone

"Bonjour, je m'appelle [Votre prénom] et je suis partenaire de Skifo. Nous aidons les petites entreprises à automatiser leurs ventes, même si elles ne sont pas à l'aise avec les outils numériques. Est-ce que je peux prendre quelques minutes pour vous en parler ?"

Pour fixer un rendez-vous

"Je serai dans votre secteur cette semaine. Seriez-vous disponible pour que je passe rapidement vous montrer comment cela pourrait répondre à vos besoins ?"

6. Faire une bonne première impression

La première impression compte énormément. Voici quelques astuces pour marquer positivement les esprits :



Souriez

Cela vous rend immédiatement plus approchable.



Soyez clair et structuré

Évitez les discours confus.



Soyez authentique

Les dirigeants apprécieront votre sincérité et votre enthousiasme.

Checklist : Approche réussie

- [ ] J'ai identifié le bon interlocuteur.
- [ ] J'ai préparé une introduction claire et engageante.
- [ ] J'écoute activement et adapte mon discours aux besoins du client.
- [ ] Je transmets une image positive et professionnelle de Skifo.

Conclusion

Entrer en relation avec un dirigeant demande de la préparation, de l'écoute, et de la confiance en soi. Chaque interaction est une opportunité de bâtir une relation durable. Avec ces techniques, vous avez toutes les clés pour réussir et poser les bases d'une collaboration fructueuse. Bonne prospection, et souvenez-vous : un sourire et une écoute attentive ouvrent bien des portes ! 😊

Chapitre 4 : Présentation de la Plateforme

La présentation de la plateforme Skifo est un moment clé pour convaincre les prospects. Votre objectif est de démontrer, avec simplicité et clarté, en quoi Skifo peut transformer leur manière de vendre tout en respectant leurs besoins et leurs compétences numériques. Ce chapitre vous guide pour structurer un discours impactant, réaliser des démonstrations engageantes, et répondre aux attentes spécifiques de vos interlocuteurs.



Structurer votre discours : la méthode SPAS

Pour capter l'attention et maintenir l'intérêt du prospect, suivez cette méthode en 4 étapes :

1

Situation

Décrivez leur contexte actuel. Exemple : "Vous avez sûrement constaté que, pour une petite entreprise comme la vôtre, développer ses ventes tout en restant concentré sur son métier est un vrai défi."

2

Problème

Soulignez les points de douleur qu'ils rencontrent. Exemple : "Passer trop de temps sur des tâches administratives ou numériques peut vous détourner de ce que vous aimez vraiment faire."

3

Avantage

Expliquez comment Skifo résout ce problème. Exemple : "Avec Skifo, vous pouvez automatiser vos ventes de manière simple, sans avoir à devenir un expert en numérique."

4

Solution

Présentez Skifo et ses bénéfices concrets. Exemple : "Skifo vous offre une interface intuitive et un accompagnement humain pour générer des ventes automatiquement, tout en restant focalisé sur votre cœur de métier."

Points-clés à mettre en avant

Pendant votre présentation, concentrez-vous sur ces messages principaux :

1. Simplicité

Mettez l'accent sur la facilité d'utilisation de la plateforme Skifo, qui simplifie le processus de vente pour les utilisateurs.

2. Automatisation

Soulignez comment Skifo automatise les tâches répétitives, permettant aux chefs d’entreprise de se concentrer sur l'essentiel de leur métier.

3. Accompagnement

Insistez sur l'accompagnement humain fourni par Skifo, qui guide les utilisateurs à chaque étape de leur parcours.

4. Rentabilité

Mettez en avant la rentabilité accrue que Skifo apporte aux entreprises en optimisant leurs processus de vente.

1. Simplicité d'utilisation

Skifo est conçu pour les entrepreneurs peu à l'aise avec le numérique. Notre plateforme met l'accent sur la facilité d'utilisation, permettant à tous les utilisateurs de naviguer et d'utiliser ses fonctionnalités sans difficulté.

> "Pas besoin d'être un expert : notre plateforme est aussi intuitive qu'un smartphone."

Cette citation résume parfaitement notre approche centrée sur l'utilisateur. Nous avons développé Skifo avec l'objectif de rendre la technologie accessible à tous les entrepreneurs, quelle que soit leur expertise technique.

Interface intuitive : Conçue pour être aussi facile à utiliser qu'un smartphone

Pas d'expertise requise : Accessible aux entrepreneurs peu familiers avec le numérique

Navigation simplifiée : Fonctionnalités organisées de manière logique et facile à trouver

Apprentissage rapide : Prise en main rapide pour une utilisation efficace dès le début

En mettant l'accent sur la simplicité d'utilisation, Skifo permet aux entrepreneurs de se concentrer sur leur activité principale plutôt que de perdre du temps à maîtriser des outils complexes.

2. Automatisation des ventes

Une fois configurée, Skifo fonctionne en arrière-plan, générant des ventes pendant que le client se concentre sur son métier. Cette automatisation offre un avantage considérable pour les entrepreneurs et les entreprises qui cherchent à optimiser leur temps et leurs ressources.

"Imaginez : pendant que vous travaillez ou prenez du temps pour vous, Skifo continue de vendre pour vous." Cette phrase illustre parfaitement la puissance de l'automatisation offerte par Skifo. Elle met en évidence la capacité de la plateforme à générer des revenus de manière continue, sans nécessiter une surveillance constante ou une intervention manuelle.

L'automatisation des ventes proposée par Skifo permet aux utilisateurs de se libérer des tâches répétitives et chronophages liées à la vente, leur permettant ainsi de se concentrer sur leur cœur de métier et sur d'autres aspects importants de leur activité. Cette fonctionnalité est particulièrement précieuse pour les entrepreneurs qui jonglent souvent entre plusieurs responsabilités et qui cherchent à maximiser leur efficacité.

En résumé, l'automatisation des ventes offerte par Skifo représente un atout majeur pour les utilisateurs, leur permettant d'augmenter leur productivité et leur rentabilité tout en réduisant le stress lié à la gestion quotidienne des ventes.

3. Accompagnement humain

Des sessions hebdomadaires en Zoom pour répondre à toutes les questions. "Chez Skifo, vous n'êtes jamais seul. Chaque semaine, nous sommes là pour vous aider à progresser."

L'accompagnement humain est un aspect crucial de notre plateforme Skifo. Nous comprenons que le parcours entrepreneurial peut parfois être solitaire et semé d'embûches. C'est pourquoi nous avons mis en place un système de soutien robuste pour nos utilisateurs.

Sessions hebdomadaires en Zoom

Notre engagement envers votre réussite se manifeste à travers nos sessions hebdomadaires de groupe en Zoom. Ces rencontres virtuelles sont conçues pour être un espace ouvert où vous pouvez poser toutes vos questions, qu'elles concernent l'utilisation de la plateforme, vos stratégies de vente, ou tout autre aspect de votre entreprise.

Ces sessions sont animées par nos experts qui sont là pour vous guider, vous conseiller et vous aider à surmonter les obstacles que vous pourriez rencontrer. Que vous soyez débutant ou entrepreneur chevronné, ces sessions sont adaptées pour répondre à vos besoins spécifiques.

> **Chez Skifo, vous n'êtes jamais seul. Chaque semaine, nous sommes là pour vous aider à progresser.**

Cette citation résume parfaitement notre philosophie. Nous croyons fermement que le succès est un voyage collectif. En vous offrant un accompagnement régulier et personnalisé, nous nous assurons que vous avez toujours le soutien nécessaire pour avancer et atteindre vos objectifs.

L'accompagnement humain chez Skifo va au-delà de simples réponses à des questions techniques. C'est un véritable partenariat où nous nous investissons dans votre croissance et votre réussite. Nous sommes là pour célébrer vos victoires, vous aider à tirer des leçons de vos défis, et vous pousser à atteindre de nouveaux sommets dans votre parcours entrepreneurial.

4. Rentabilité

Le plan Expert offre un retour sur investissement rapide grâce à l'augmentation des ventes.

79€	99€	1000€+
Par mois	Par mois	Potentiel mensuel
Abonnement annuel	**Abonnement mensuel**	**Revenus supplémentaires**

"Pour seulement 79 € par mois pour un abonnement à l'année ou 99 € par mois si vous payez au mois, vous avez une solution complète qui peut générer des milliers d'euros supplémentaires chaque année."



Techniques pour captiver l'attention pendant la présentation

Commencez par une question engageante

"Est-ce que vous vous êtes déjà demandé combien de temps vous perdez chaque semaine sur des tâches qui pourraient être automatisées ?"

"Et si votre activité pouvait continuer de générer des ventes même lorsque vous êtes occupé ailleurs ?"

Utilisez des exemples concrets

Racontez des histoires de réussite de clients similaires :

"Un artisan que nous accompagnons a réussi à augmenter ses ventes de 30 % en seulement trois mois grâce à Skifo. Aujourd'hui, il passe moins de temps à gérer ses commandes et plus de temps sur le terrain."

Réalisez une démonstration visuelle

Montrez l'interface de Skifo :

Naviguez dans la plateforme pour illustrer sa simplicité. Par exemple, montrez comment créer une annonce en quelques clics.

Simulez une automatisation de vente :

Expliquez comment les clients peuvent paramétrer des tunnels de vente sans effort. Décrivez chaque étape pour rendre le processus concret.

Gérer les questions et ajuster le discours

Adaptez-vous au profil du client pour maximiser l'impact de votre présentation :

- Client hésitant : Rassurez-le sur la simplicité et l'accompagnement offert.
- Client technique : Mettez en avant les fonctionnalités plus avancées et les possibilités de personnalisation.

Répondez avec confiance aux questions

Voici des exemples de réponses à des questions fréquentes :

"Et si je ne comprends pas comment utiliser la plateforme ?"

"Notre plateforme est très intuitive, mais en plus, nous organisons chaque semaine des sessions de groupe en Zoom pour vous accompagner pas à pas."

"Combien de temps cela me prendra-t-il de configurer tout ça ?"

"La mise en place initiale prend environ 24 heures. Ensuite, tout est automatisé et vous n'aurez presque plus rien à faire."

"Et si ça ne fonctionne pas pour mon activité ?"

"Skifo est conçu pour s'adapter à différents secteurs. Nous avons déjà accompagné des commerces, des artisans et des TPE de services avec des résultats probants."

Kit de présentation Skifo

Assurez-vous d'avoir ces éléments sous la main pour appuyer votre présentation :

Flyers et brochures

Présentant les plans et les avantages de Skifo.

Visuels ou vidéos

Illustrant le fonctionnement de la plateforme.

Études de cas

Témoignages de clients ou exemples de réussite.

QR code

Permettant aux prospects d'explorer directement la plateforme.

Faire un appel à l'action clair

Une fois la présentation terminée, il est crucial de guider le prospect vers la prochaine étape. Voici comment procéder avec un appel à l'action clair et efficace :

Invitez-le à tester Skifo : "Je peux vous montrer comment démarrer dès maintenant et vous laisser explorer la plateforme pendant quelques jours. Qu'en dites-vous ?"

Proposez une inscription immédiate : "Le plan Expert commence à 79 € par mois, sans engagement si vous payez à l'année. Sinon, il est à 99 € par mois. Vous pouvez l'essayer dès aujourd'hui et voir par vous-même les résultats. Vous avez 15 jours d'essai gratuits."

Ces appels à l'action clairs permettent de conclure la présentation de manière efficace, en offrant au prospect une opportunité concrète de passer à l'action et de découvrir les avantages de Skifo par lui-même.

Checklist de préparation

Maîtrise de la méthode SPAS

Je maîtrise les 4 étapes de la méthode SPAS (Situation, Problème, Avantage, Solution).

Points-clés à mettre en avant

Je connais les points-clés à mettre en avant (simplicité, automatisation, accompagnement, rentabilité).

Démonstration visuelle

J'ai préparé une démonstration visuelle ou un exemple concret.

Anticipation des questions

J'ai anticipé les questions potentielles et préparé des réponses rassurantes.

Appel à l'action

J'ai un appel à l'action clair pour conclure ma présentation.

Checklist : Ma présentation est-elle prête ?

Conclusion inspirante

Une présentation réussie, c'est une présentation qui inspire confiance et enthousiasme. Rappelez-vous que votre énergie et votre conviction sont tout aussi importantes que vos arguments. Avec une bonne préparation et une attitude positive, vous avez toutes les cartes en main pour séduire vos prospects et les embarquer dans l'aventure Skifo !

Inspirez confiance

Votre présentation doit refléter votre expertise et votre passion pour Skifo.

Transmettez l'enthousiasme

Votre énergie positive est contagieuse et motivera vos prospects.

Préparez-vous minutieusement

Une bonne préparation vous donnera l'assurance nécessaire pour briller.

Adoptez une attitude positive

Votre conviction sera la clé pour embarquer vos prospects dans l'aventure Skifo.

Avec ces éléments en main, vous êtes prêt à conquérir de nouveaux clients et à les faire rejoindre la communauté Skifo avec succès ! 🚀

Chapitre 5 : Réponse aux Objections

Lors de vos interactions avec les prospects, vous rencontrerez inévitablement des objections. Ces objections ne sont pas un rejet, mais une opportunité : elles révèlent les préoccupations ou incompréhensions du client. Avec la bonne approche, vous pouvez non seulement répondre à leurs doutes, mais aussi renforcer leur intérêt pour Skifo. Ce chapitre vous donne des outils concrets pour gérer ces situations avec confiance.



Importance des objections

Comprendre les objections est crucial dans le processus de vente, car elles sont en réalité un signal positif. Une objection indique que le prospect est engagé dans la conversation et réfléchit sérieusement à ce que vous proposez.

Voici les raisons principales derrière les objections :

Manque de compréhension : Le prospect ne saisit pas encore la valeur de Skifo.

Précautions financières : Le coût peut sembler un frein initial.

Peurs ou doutes personnels : Inquiétude face à la technologie ou aux efforts nécessaires.

Votre rôle est de reformuler ces doutes pour les comprendre pleinement et de les résoudre avec des arguments pertinents et rassurants.



Méthode en 4 étapes pour répondre aux objections

Utilisez cette méthode pour répondre de manière professionnelle et empathique

1

Écoutez sans interrompre

Laissez le prospect exprimer ses doutes jusqu'au bout. Cela montre que vous êtes attentif à ses besoins.

2

Reformulez l'objection

"Si je comprends bien, vous vous demandez si [résumé du doute]. C'est bien cela ?" Cette étape rassure le prospect et clarifie le problème.

3

Rassurez avec empathie

"C'est tout à fait compréhensible, beaucoup de nos clients avaient le même doute au début."

4

Apportez une solution concrète

Proposez une réponse adaptée à l'objection et illustrez-la avec des exemples ou des faits concrets.

Les objections fréquentes et comment y répondre

Dans le processus de vente, il est courant de rencontrer des objections de la part des clients potentiels. Ces objections sont souvent prévisibles et peuvent être gérées efficacement avec une préparation adéquate. Voici quelques-unes des objections les plus fréquentes et des conseils pour y répondre de manière appropriée :

1. Manque de temps

"Je n'ai pas le temps." Cette objection est souvent utilisée comme une excuse facile. La clé est de montrer comment votre produit ou service peut en réalité faire gagner du temps au client.

2. Inconfort technologique

"Je ne suis pas à l'aise avec la technologie." Pour surmonter cette objection, mettez l'accent sur la simplicité d'utilisation de notre solution et offrez un support technique complet.

3. Prix élevé

"C'est trop cher." Plutôt que de vous concentrer uniquement sur le prix, mettez en avant la valeur et le retour sur investissement que votre produit ou service peut apporter.

4. Doute sur l'efficacité

"Est-ce que ça marche vraiment pour mon activité ?" Utilisez des études de cas et des témoignages de clients similaires pour démontrer l'efficacité de notre solution dans leur secteur d'activité.

Il est important de noter que ces objections ne sont souvent que la partie visible de l'iceberg. Derrière chaque objection se cache généralement une préoccupation plus profonde qu'il faut identifier et adresser. En écoutant attentivement et en posant les bonnes questions, vous pouvez découvrir les véritables inquiétudes du client et y répondre de manière plus efficace.

Rappelez-vous que l'objectif n'est pas de "gagner" contre l'objection, mais plutôt de collaborer avec le client pour trouver une solution qui répond à ses besoins et dissipe ses inquiétudes. Une approche empathique et axée sur la résolution de problèmes vous aidera à transformer ces objections en opportunités de renforcer la confiance et de démontrer la valeur de votre offre.

1. Réponse à “Je n'ai pas le temps.”

L'objection "Je n'ai pas le temps" est une des plus fréquentes que l'on peut rencontrer lors de la présentation de Skifo. Elle se manifeste souvent sous la forme suivante : "Je suis débordé, je ne peux pas m'ajouter une nouvelle tâche." Cette réaction est compréhensible, surtout dans le contexte actuel où de nombreux professionnels jonglent déjà avec de multiples responsabilités. Cependant, il est crucial de comprendre que cette objection peut être transformée en une opportunité de démontrer la valeur ajoutée de Skifo. Voici comment nous pouvons répondre de manière efficace à cette préoccupation :

> "C'est justement pour ça que Skifo est fait ! Une fois configurée, la plateforme travaille pour vous en arrière-plan. En moins de 24 heures, tout peut être mis en place, et ensuite, vous pouvez vous concentrer sur ce que vous aimez faire. En plus, nous sommes là pour vous accompagner pas à pas si vous avez besoin."

Cette réponse met en avant plusieurs points clés qui peuvent aider à surmonter l'objection du manque de temps :

- Skifo est conçu pour **gagner** du temps, pas en prendre.
- La configuration initiale est **rapide** (moins de 24 heures).
- Une fois en place, la plateforme fonctionne de manière **autonome**.
- L'utilisateur peut se **concentrer sur son cœur de métier**.
- Un **accompagnement de groupe** est assuré chaque semaine.

En soulignant ces aspects, nous démontrons que Skifo est une solution qui s'adapte aux contraintes de temps des utilisateurs, plutôt qu'une charge supplémentaire. L'accent mis sur l'efficacité et le support peut aider à rassurer les clients potentiels sur la facilité d'adoption de la plateforme.

2. Réponse à “Je ne suis pas à l'aise avec la technologie.”

L'objection "Je ne suis pas à l'aise avec la technologie" est une préoccupation courante que les professionnels peuvent exprimer lorsqu'on leur présente de nouveaux outils numériques. Elle se manifeste souvent sous la forme suivante : **"Je ne sais pas utiliser ces outils numériques, je vais avoir du mal."**

Face à cette inquiétude, il est important d'adopter une approche rassurante et compréhensive. Voici une réponse efficace à cette objection :

> "Je comprends tout à fait. C'est pour ça que nous avons conçu Skifo pour être aussi simple qu'un smartphone. Et surtout, vous n'êtes jamais seul : chaque semaine, nous organisons des sessions d'accompagnement en Zoom pour répondre à toutes vos questions. Vous pouvez aussi nous contacter à tout moment si vous avez besoin d'aide."

Cette réponse aborde plusieurs points clés :

- Elle reconnaît et valide les préoccupations du client.
- Elle met en avant la simplicité d'utilisation de l'outil Skifo.
- Elle souligne l'existence d'un support continu et personnalisé.
- Elle offre plusieurs options d'assistance : sessions hebdomadaires et support à la demande.

En utilisant cette approche, vous démontrez que vous comprenez les appréhensions liées à la technologie et que vous avez mis en place des solutions concrètes pour y répondre. Cela peut grandement rassurer les clients potentiels et les encourager à franchir le pas.

3. Réponse à “C'est trop cher.”

L'objection liée au prix est l'une des plus courantes dans le processus de vente. Voici comment y répondre efficacement :

Objection typique

"79 € par mois, c'est un budget pour une petite entreprise comme la mienne."

Réponse recommandée

"Je comprends que tout euro compte dans une petite entreprise. Mais avec le plan Expert, vous investissez dans un outil qui peut augmenter vos ventes rapidement. Nos clients voient généralement un retour sur investissement dès les premiers mois. Et si vous hésitez, vous pouvez commencer avec notre plan Pro à 4,99 € pour tester les fonctionnalités."

Cette réponse aborde l'objection de manière empathique tout en soulignant la valeur de l'investissement. Voici les points clés à retenir :

Reconnaissance : Montrez que vous comprenez les contraintes budgétaires d'une petite entreprise.

Valeur : Mettez l'accent sur le retour sur investissement rapide et l'augmentation potentielle des ventes.

Alternative : Proposez une option moins coûteuse pour permettre au client de tester le service.

En utilisant cette approche, vous transformez l'objection du prix en une opportunité de démontrer la valeur de votre offre.

4. Réponse à "Est-ce que ça marche vraiment pour mon activité ?”

Cette objection est typique et se manifeste souvent sous la forme : "Je ne suis pas sûr que votre plateforme soit adaptée à mon secteur." Il est important de répondre de manière rassurante et concrète à cette préoccupation.

Voici comment vous pouvez répondre efficacement :

> "C'est une question légitime. Nous avons déjà aidé des entreprises dans des secteurs variés – artisans, commerces, services – à automatiser leurs ventes et à gagner du temps. Par exemple, un coiffeur que nous accompagnons a vu ses rendez-vous en ligne augmenter de 40 % en utilisant Skifo."

Cette réponse est efficace pour plusieurs raisons :

Validation de la préoccupation : En reconnaissant que la question est légitime, vous montrez de l'empathie et du respect pour les inquiétudes du client.

Expérience diversifiée : En mentionnant des secteurs variés (artisans, commerces, services), vous démontrez la polyvalence de votre solution.

Bénéfices concrets : Vous mettez en avant deux avantages clés : l'automatisation des ventes et le gain de temps.

Exemple spécifique : L'anecdote du coiffeur avec une augmentation de 40% des rendez-vous en ligne fournit une preuve concrète et chiffrée de l'efficacité de votre plateforme.

Pour renforcer votre réponse, vous pouvez également :

- Proposer de montrer des études de cas spécifiques au secteur du client
- Offrir une démonstration personnalisée adaptée à leur activité
- Suggérer un essai gratuit pour qu'ils puissent tester la plateforme par eux-mêmes

Réponse à “Je dois réfléchir.”

L'objection "Je dois réfléchir" est une réponse fréquente que les vendeurs entendent souvent. Elle se manifeste généralement sous la forme suivante : "Je ne prends jamais de décision immédiatement." Cette objection peut sembler être un obstacle, mais elle offre en réalité une opportunité de démontrer votre compréhension et votre flexibilité.

Voici une réponse efficace à cette objection :

> "C'est une excellente idée de réfléchir. Si vous le souhaitez, je peux vous envoyer un lien vers notre plateforme pour que vous puissiez explorer par vous-même. Nous pouvons même si vous le souhaitez créer un compte tout de suite. Et si vous avez des questions, je serai ravi de vous rappeler dans quelques jours. Quel serait le meilleur moment pour en discuter à nouveau ?"

Cette réponse est particulièrement efficace car elle :

- Valide le besoin du client de prendre le temps de réfléchir
- Offre des options concrètes pour faciliter cette réflexion (lien vers la plateforme, création d'un compte)
- Propose un suivi personnalisé
- Laisse le contrôle au client en lui demandant quand il souhaite être recontacté

En adoptant cette approche, vous montrez que vous respectez le processus de décision du client tout en maintenant l'engagement et en ouvrant la porte à une future conversation.

Astuces pour transformer une objection en opportunité



Restez calme et positif

Ne prenez pas les objections comme un rejet. Montrez que vous êtes là pour aider.



Posez des questions pour mieux comprendre

"Pouvez-vous m'en dire un peu plus sur ce qui vous inquiète ?" Cela vous permet d'affiner votre réponse et de mieux convaincre.



Utilisez des exemples concrets

Rien n'est plus rassurant qu'une histoire de réussite : "Laissez-moi vous parler de l'expérience de [client similaire]."



Adaptez votre approche

Si le prospect hésite sur le plan Expert, proposez de démarrer avec le plan Pro. L'idée est de réduire les risques perçus.

Checklist : Gérer une objection avec succès

1. **Écoute attentive**
   J'écoute attentivement l'objection sans interrompre.

2. **Reformulation**
   Je reformule le doute pour m'assurer de le comprendre.

3. **Rassurance empathique**
   Je rassure avec empathie en m'appuyant sur des faits concrets.

4. **Proposition de solution**
   Je propose une solution adaptée ou un plan alternatif.

Cette checklist vous aidera à gérer efficacement les objections de vos clients potentiels. En suivant ces étapes, vous pourrez transformer les doutes en opportunités de renforcer la confiance et de conclure la vente.

Conclusion sur la gestion des objections

Répondre aux objections est une compétence qui se développe avec le temps et l'expérience. Avec ces techniques et un peu de pratique, vous transformerez les doutes des prospects en des points d'appui pour les convaincre. N'oubliez pas : chaque objection surmontée est un pas de plus vers une collaboration fructueuse avec Skifo !

Chapitre 6 : Techniques de Conclusion et de Suivi

La conclusion d'une vente est l'étape où tout se joue. Une bonne présentation, des réponses claires aux objections, et une proposition bien structurée n'ont de valeur que si elles aboutissent à une signature. Dans ce chapitre, découvrez comment conclure efficacement vos ventes et comment assurer un suivi de qualité pour transformer chaque client en ambassadeur fidèle de Skifo.



Signes d'achat

Les prospects montrent souvent des signaux indiquant qu'ils sont prêts à passer à l'action. Voici comment les identifier :

Signes verbaux

- "Ça a l'air intéressant."
- "Combien de temps ça prend pour démarrer ?"
- "Quels sont les premiers résultats que je peux espérer ?"

Signes non-verbaux

- Le prospect hoche la tête, prend des notes ou pose des questions précises sur le fonctionnement ou le prix.
- Il montre de l'enthousiasme en parlant de ses propres projets et comment Skifo pourrait l'aider.

Lorsque vous remarquez ces signaux, il est temps de passer à l'étape suivante : le closing.

Techniques de closing (conclusion de la vente)

Pour conclure efficacement, soyez direct mais non pressant. Voici trois techniques adaptées à votre démarche :



1. Closing direct

Une approche franche et honnête qui consiste à demander directement au client s'il est prêt à conclure l'achat.



2. Closing alternatif

Offrir au client le choix entre deux options, facilitant ainsi sa décision tout en maintenant son engagement dans le processus d'achat.



3. Closing basé sur l'urgence

Créer un sentiment d'urgence en soulignant les avantages limités dans le temps ou la rareté du produit pour encourager une décision rapide.

Ces techniques de closing vous permettront de conclure vos ventes de manière efficace et professionnelle, tout en respectant le rythme de décision du client.

1. Closing direct

Le closing direct est une technique de conclusion efficace à utiliser lorsque le prospect montre des signes clairs d'intérêt et de conviction. Cette approche consiste à proposer directement au client de finaliser la vente de manière assertive mais non agressive.

Voici un exemple de formulation pour un closing direct :

> "Je vois que vous êtes intéressé et que Skifo répond à vos besoins. Prêt à démarrer ? Je peux vous inscrire dès maintenant."

Cette technique est particulièrement adaptée dans les situations suivantes :

- Le prospect a exprimé un fort intérêt tout au long de la présentation
- Toutes les objections majeures ont été traitées de manière satisfaisante
- Le langage corporel et verbal du client indique qu'il est prêt à conclure
- Le produit ou service (dans ce cas, Skifo) correspond parfaitement aux besoins exprimés

Il est important de noter que le closing direct doit être utilisé avec discernement. Une mauvaise interprétation des signaux du prospect pourrait mener à une pression excessive et potentiellement nuire à la relation commerciale.

2. Closing alternatif

Le closing alternatif est une technique efficace pour conclure une vente en offrant au prospect un choix entre deux options. Cette approche permet de guider le client vers une décision positive tout en lui donnant un sentiment de contrôle sur la situation.

Présentation de deux options : Offrez au prospect deux options pour avancer

Exemple de formulation : "Souhaitez-vous démarrer directement avec le plan Expert ou préférez-vous tester d'abord le plan Pro ?"

Engagement immédiat : "Dans les deux cas, je peux vous accompagner dès aujourd'hui."

Cette technique de closing alternatif présente plusieurs avantages :

- Elle évite les questions fermées qui peuvent mener à un simple "non"
- Elle encourage le prospect à se projeter dans l'utilisation du produit ou service
- Elle crée un sentiment d'urgence en proposant une assistance immédiate

En utilisant le closing alternatif, vous augmentez vos chances de conclure la vente tout en laissant le client choisir l'option qui lui convient le mieux. Cette approche favorise une relation de confiance et montre votre flexibilité en tant que vendeur.

3. Closing basé sur l'urgence

Le closing basé sur l'urgence est une technique efficace pour inciter le client à prendre une décision rapide. Cette méthode consiste à créer un sentiment d'urgence ou d'opportunité limitée dans le temps, encourageant ainsi le prospect à agir immédiatement plutôt que de reporter sa décision.

Pour mettre en pratique cette technique, il est important d'ajouter une incitation concrète à agir rapidement. Voici un exemple concret de closing basé sur l'urgence :

> "Nous organisons une session d'accompagnement spécifique la semaine prochaine pour nos nouveaux utilisateurs. Si vous démarrez aujourd'hui, vous pourrez y participer et poser toutes vos questions dès le début."

Cette approche présente plusieurs avantages :

- Elle crée un sentiment d'opportunité unique que le client ne voudra pas manquer.
- Elle offre une valeur ajoutée immédiate (la session d'accompagnement) qui justifie une décision rapide.
- Elle permet au client de visualiser concrètement les bénéfices à court terme de son engagement.
- Elle réduit le risque perçu en offrant un support dès le démarrage.

Il est important de noter que l'urgence créée doit être authentique et apporter une réelle valeur au client. L'objectif n'est pas de manipuler, mais d'encourager une décision bénéfique pour le client en mettant en avant une opportunité limitée dans le temps.

Gérer les hésitations au moment du closing

Même si un prospect est intéressé, il peut hésiter avant de s'engager. Voici comment surmonter ces hésitations :

"Je vais réfléchir." Rassurez : "C'est une décision importante, et je comprends que vous vouliez y réfléchir. Mais pourquoi ne pas tester le plan Pro dès maintenant ? Cela vous permettra de découvrir la plateforme." Proposez un rappel : "Quand pensez-vous que nous pourrions en reparler ? Je serai ravi de répondre à vos questions."

"Je dois en parler à mon associé." Proposez de les rencontrer ensemble : "Pourquoi ne pas organiser une réunion pour que je puisse aussi répondre à ses questions ?"

"Et si ça ne fonctionne pas ?" Apportez des preuves : "Nos clients voient généralement des résultats dès les premiers mois. Et avec notre accompagnement hebdomadaire, nous vous aidons à maximiser votre succès."

Le suivi post-vente : construire une relation durable

Une fois la vente conclue, votre travail ne s'arrête pas là. Un suivi attentif est essentiel pour fidéliser vos clients et assurer leur satisfaction. Le suivi post-vente joue un rôle crucial dans la construction d'une relation durable avec vos clients, ce qui peut conduire à des ventes répétées, des recommandations et une meilleure réputation.

Un bon suivi post-vente implique plusieurs aspects importants :

- Rester en contact régulier avec le client
- S'assurer que le produit ou le service répond à leurs attentes
- Répondre rapidement à toute question ou préoccupation
- Offrir un support technique si nécessaire
- Recueillir les retours d'expérience pour améliorer vos offres

En mettant en place un processus de suivi post-vente efficace, vous démontrez à vos clients que vous vous souciez de leur satisfaction au-delà de la simple transaction. Cela renforce la confiance et peut transformer un acheteur ponctuel en un client fidèle à long terme.

N'oubliez pas que le suivi post-vente est aussi une excellente opportunité pour identifier de nouvelles opportunités de vente, comme des produits complémentaires ou des mises à niveau. Cependant, veillez à ce que ces suggestions apportent une réelle valeur ajoutée à votre client plutôt que d'apparaître comme une simple tentative de vente supplémentaire.

En résumé, le suivi post-vente est un élément clé pour transformer une simple transaction en une relation client durable et mutuellement bénéfique. Investir du temps et des ressources dans cette étape peut grandement contribuer au succès à long terme de votre entreprise.

Les premières 48 heures

Dans le cadre du suivi post-vente, les premières 48 heures après la conclusion de la vente sont cruciales pour établir une relation solide avec le client. Voici les actions clés à entreprendre durant cette période :

Envoyez un message ou appelez pour remercier le client de sa confiance. Il est important de montrer votre appréciation dès le début. Un exemple de message pourrait être : **"Merci d'avoir choisi Skifo ! Nous sommes ravis de vous accompagner dans le développement de votre activité."** Ce type de message personnalisé renforce la confiance du client dans son choix et établit une connexion positive dès le départ.
Ensuite, proposez un accompagnement proactif. Vous pouvez ajouter une phrase comme : **"Si vous avez besoin d'aide pour la configuration ou si vous avez des questions, je suis là pour vous."** Cette offre d'assistance démontre votre engagement envers la satisfaction du client et peut prévenir d'éventuelles frustrations liées à la mise en place du produit ou du service.

Ces actions rapides dans les 48 premières heures montrent au client qu'il est valorisé et soutenu, ce qui peut grandement contribuer à sa satisfaction à long terme et potentiellement à sa fidélisation.

Planifiez un premier point de contact

1. **Planification du contact**
   Prévoyez un premier point de contact avec le client peu après la vente pour assurer un bon suivi.

2. **Vérification de l'utilisation**
   Assurez-vous que le client utilise bien la plateforme Skifo.

3. **Question clé**
   "Comment se passe la prise en main de Skifo ?"

4. **Identification des problèmes**
   "Avez-vous rencontré des difficultés que je peux vous aider à résoudre ?"

Planifiez un premier point de contact

Planifiez un premier point de contact avec votre client peu après la vente. Cette étape est cruciale pour assurer un bon suivi et garantir la satisfaction du client. Lors de ce contact, votre objectif principal est de vous assurer que le client utilise bien la plateforme Skifo et qu'il n'a pas rencontré de difficultés majeures.

Pour initier la conversation de manière efficace, posez des questions ouvertes et spécifiques, telles que : "Comment se passe la prise en main de Skifo ?" Cette question permet au client de partager son expérience initiale avec la plateforme.

Ensuite, offrez votre aide de manière proactive en demandant : "Avez-vous rencontré des difficultés que je peux vous aider à résoudre ?" Cette approche montre votre engagement à assurer une expérience client positive et votre disponibilité pour résoudre tout problème éventuel.

Ce premier point de contact est une excellente opportunité pour établir une relation de confiance avec votre client et pour identifier rapidement tout obstacle potentiel à son adoption réussie de Skifo.

Anticipez les problèmes

Soyez proactif : Remontez rapidement tout retour d'insatisfaction à l'équipe Skifo pour y répondre efficacement.

Montrez que vous êtes là pour eux : "Votre succès est notre priorité. Si quelque chose ne fonctionne pas comme prévu, dites-le-moi et nous trouverons une solution."

Fidéliser pour transformer les clients en ambassadeurs

Un client satisfait peut devenir un ambassadeur de Skifo, prêt à recommander la plateforme à son réseau.

Voici comment encourager cette dynamique :

- **Offrir une expérience exceptionnelle**
  Assurez-vous que chaque interaction avec Skifo soit positive et mémorable.
- **Personnaliser le service**
  Adaptez vos communications aux besoins spécifiques de chaque client.
- **Récompenser la fidélité**
  Aidez Skifo à mettre en place un programme de fidélité avec des avantages exclusifs pour les clients réguliers.
- **Encourager le feedback**
  Sollicitez et faites remonter activement les avis des clients et montrez que vous les prenez en compte.

En transformant vos clients en ambassadeurs, vous créez un cercle vertueux de recommandations qui peut significativement accroître la base de clients de Skifo. Ces clients fidèles non seulement recommandent la plateforme, mais sont également plus susceptibles de rester engagés sur le long terme.

Offrez une expérience exceptionnelle

1. Accompagnement de qualité

Assurez un accompagnement de qualité dès le début.

2. Disponibilité

Restez disponible pour répondre rapidement à toutes leurs questions.

3. Satisfaction client

Veillez à ce que chaque interaction contribue à une expérience client positive.

1.L'offre d'une expérience exceptionnelle est cruciale pour la fidélisation des clients. En mettant l'accent sur un accompagnement de haute qualité dès le début de la relation client, vous posez les bases d'une collaboration fructueuse et durable. Cette approche proactive démontre votre engagement envers la satisfaction du client et votre volonté de dépasser ses attentes.

2. La disponibilité est un autre aspect essentiel de l'expérience client. En restant accessible et en répondant promptement à toutes les questions, vous rassurez le client et renforcez sa confiance en votre service. Cette réactivité témoigne de votre professionnalisme et de votre souci du détail, des qualités hautement appréciées par les clients.

3. En combinant un accompagnement de qualité et une disponibilité constante, vous créez une expérience client exceptionnelle qui se démarque de la concurrence. Cette approche centrée sur le client favorise non seulement la satisfaction immédiate, mais aussi la fidélisation à long terme, contribuant ainsi au succès durable de votre entreprise.

Fidélisation des clients

La fidélisation des clients est un aspect crucial pour le succès à long terme de toute entreprise. Voici quelques stratégies efficaces pour renforcer la relation avec vos clients et les encourager à rester fidèles à votre marque :

Mettez en avant leur succès : Partagez leurs réussites (avec leur accord) comme étude de cas pour motiver d'autres prospects. *"Un de nos clients, une boutique locale, a augmenté ses ventes en ligne de 50 % grâce à Skifo. Imaginez ce que cela pourrait faire pour vous !"*

Offrez une expérience client exceptionnelle : Assurez-vous que chaque interaction avec vous soit positive et mémorable.

Personnalisez vos communications : Utilisez les données client pour adapter vos messages et offres à leurs besoins spécifiques.

Récompensez la fidélité : Mettez en place un programme de fidélité qui offre des avantages tangibles à vos clients réguliers.

Sollicitez et agissez sur les retours : Demandez régulièrement l'avis de vos clients et montrez-leur que vous prenez leurs commentaires au sérieux.

En mettant en œuvre ces stratégies, vous créerez une base de clients fidèles qui non seulement continueront à faire des affaires avec vous, mais deviendront également des ambassadeurs de votre marque, recommandant vos produits ou services à d'autres.

Avantages pour le parrainage

Pour encourager la croissance de notre clientèle et récompenser la fidélité de nos clients existants, Skifo a mis en place un programme de parrainage attractif. Ce système vise à inciter nos clients à recommander activement nos services à d'autres entreprises, créant ainsi un réseau de bouche-à-oreille positif et efficace.

Le principe est simple et avantageux : **"Pour chaque nouvelle entreprise que vous parrainez, vous percevez une commission de 10 % sur l'abonnement choisi par celle-ci."** Cette offre généreuse permet à nos clients de bénéficier directement du succès de leurs recommandations. Au bout de 10 parrainages au plan Expert, l'abonnement au plan Expert est gratuit. De votre côté, vous percevez 15 % de commissions sur ces ventes indirectes.

En proposant des avantages tangibles pour le parrainage, nous créons une situation gagnant-gagnant. Nos clients fidèles sont récompensés pour leur confiance et leur engagement envers Skifo, tandis que de nouvelles entreprises découvrent nos services grâce à des recommandations de confiance. Cette approche renforce non seulement notre base de clients, mais favorise également la création d'un écosystème d'entreprises interconnectées et satisfaites.

La commission de 10% sur l'abonnement choisi par l'entreprise parrainée est une incitation significative. Elle encourage nos clients à partager leur expérience positive avec Skifo et à promouvoir activement nos services auprès de leurs contacts professionnels. Cette stratégie de parrainage s'inscrit dans notre volonté de valoriser et de récompenser la loyauté de nos clients, tout en stimulant une croissance organique et durable de notre clientèle.

Checklist de conclusion

Ma vente est-elle bien conclue ? Utilisez cette checklist pour vous assurer que vous avez couvert tous les aspects essentiels d'une conclusion de vente réussie :

1. **Identification des signaux d'achat**
   J'ai identifié les signaux d'achat et agi au bon moment.
2. **Utilisation d'une technique de closing adaptée**
   J'ai utilisé une technique de closing adaptée (direct, alternatif, urgence).
3. **Gestion des hésitations**
   J'ai anticipé et répondu aux hésitations éventuelles.
4. **Remerciement et planification du suivi**
   J'ai remercié le client et planifié un suivi post-vente.
5. **Satisfaction client et recommandation**
   Je m'assure que le client est satisfait et prêt à recommander Skifo.

En suivant cette checklist, vous pouvez être confiant que votre vente a été conclue de manière professionnelle et efficace, maximisant ainsi les chances de satisfaction client et de fidélisation à long terme.

Conclusion

Conclure une vente, c'est avant tout construire une relation de confiance durable. En suivant ces techniques, vous serez en mesure de transformer chaque prospect en client fidèle, tout en renforçant l'image de Skifo comme un partenaire indispensable pour les micros et petites entreprises.

Relation de confiance : La conclusion d'une vente est l'opportunité de bâtir une relation solide avec le client

Transformation : Appliquer ces techniques permet de convertir les prospects en clients fidèles

Image de marque : Chaque vente réussie renforce la position de Skifo comme partenaire essentiel pour les TPE/PME

Bonne conclusion, et souvenez-vous : chaque vente signée est une victoire pour vous, pour Skifo, et pour nos clients ! 🚀

Chapitre 7 : Suivi des Performances et Motivation

Le succès d'un commercial ne se mesure pas seulement au nombre d'abonnements vendus, mais aussi à sa capacité à progresser, à s'adapter et à rester motivé. Ce chapitre fournit des outils pour évaluer vos performances, analyser vos résultats, et maintenir une énergie positive pour atteindre vos objectifs avec Skifo.

1. Suivre ses performances : des indicateurs clairs et concrets

Pour progresser, il est essentiel de mesurer vos efforts et vos résultats. Voici les principaux indicateurs à suivre :

1

Indicateurs de prospection

Nombre de prospects contactés : Combien d'entreprises avez-vous abordées chaque jour/semaine ? Taux de conversion : Combien de prospects passent à l'étape suivante (rendez-vous, démonstration) ? Combien d'abonnements vendus par rapport au nombre de prospects ? Temps moyen par étape : Analysez le temps passé sur chaque étape pour optimiser vos efforts.

2

Indicateurs de vente

Nombre d'abonnements Expert signés : L'objectif est de 20 ventes par mois. Où en êtes-vous ? Valeur moyenne des ventes : Identifiez si vous vendez principalement le plan Pro ou Expert et ajustez votre stratégie. Satisfaction client : Recueillez les retours des nouveaux abonnés pour évaluer la qualité de vos interactions.

3

Indicateurs de suivi

Taux de fidélisation : Combien de vos clients renouvellent leur abonnement ? Nombre de recommandations : Vos clients parlent-ils de Skifo à leur entourage ?

2. Analyser ses résultats : un levier de progression

1

Faites un bilan hebdomadaire

Prenez le temps, chaque semaine, d'analyser vos résultats : Qu'est-ce qui a bien fonctionné ? Quelles difficultés avez-vous rencontrées ? Comment pourriez-vous améliorer vos performances la semaine suivante ?

2

Identifiez vos forces et vos axes d'amélioration

Posez-vous ces questions :

Forces : Sur quelles étapes de la vente excellez-vous (prospection, closing, gestion des objections) ?

Améliorations : Quels sont les points où vous perdez du temps ou de l'efficacité ?

3

Cherchez des solutions

Discutez avec d'autres commerciaux Skifo pour partager vos meilleures pratiques. Participez aux sessions de formation ou aux webinaires pour affiner vos techniques.

3. Rester motivé : vos outils pour garder la flamme

La motivation est un moteur essentiel pour réussir. Voici comment la cultiver jour après jour :

1

Fixez des objectifs réalistes et stimulants

Divisez votre objectif mensuel (20 abonnements Expert) en sous-objectifs hebdomadaires et quotidiens. Exemple : "Je vise 5 abonnements cette semaine et je contacte 10 prospects chaque jour."

2

Célébrez vos victoires, même petites

Chaque rendez-vous fixé, chaque abonnement vendu est une réussite. Prenez le temps de vous féliciter et de partager vos succès avec votre réseau.

3

Rappelez-vous votre "pourquoi"

Votre mission va au-delà des ventes : vous aidez des entrepreneurs à réussir, à gagner du temps, et à vivre une vie plus sereine. Pensez aux clients que vous avez déjà aidés. Leur réussite est aussi la vôtre.

4

Évitez la comparaison négative

Comparez-vous à vous-même, pas aux autres. L'objectif est de progresser, pas d'être parfait.

4. Motivation collective : créez un esprit d'équipe

Même en tant que commerciaux indépendants, il est important de se sentir membre d'une communauté. Skifo favorise cette dynamique :

1

Participez aux rencontres et formations Skifo

Assistez aux réunions hebdomadaires pour partager vos expériences, poser vos questions, et apprendre des autres. Profitez des formations pour développer vos compétences et découvrir de nouvelles techniques de vente.

2

Engagez-vous dans des challenges

Skifo organise régulièrement des challenges pour motiver l'équipe (ex. "Le meilleur vendeur du mois"). Ces défis sont l'occasion de vous dépasser et de gagner des récompenses supplémentaires.

3

Soutenez et inspirez vos collègues

Partagez vos astuces et réussites avec d'autres commerciaux. Posez vos questions ou demandez conseil si vous rencontrez des difficultés. Rappelez-vous: vous êtes seul sur votre département, donc il n’y a pas de concurrence entre vous.



5. Maintenir un équilibre : prenez soin de vous

Un bon commercial est un commercial équilibré. Voici quelques astuces pour rester performant sans vous épuiser :

1. **Organisez vos journées**

   Fixez des horaires clairs pour vos activités de prospection et de suivi.

   Prévoyez des pauses régulières pour recharger vos batteries.

2. **Gérez le stress**

   Prenez du recul face aux refus : ils font partie du processus. Concentrez-vous sur ce que vous pouvez contrôler (vos efforts, votre attitude) et non sur les résultats immédiats.

3. **Prenez du temps pour vous**

   Gardez des moments pour vos passions, votre famille, et vos amis.

   Rappelez-vous que votre bien-être influence directement votre motivation et vos performances.

6. Checklist : Suivi des performances et motivation

- Je suis mes indicateurs clés chaque semaine (prospection, ventes, fidélisation).
- J'analyse mes résultats pour identifier mes forces et mes axes d'amélioration.
- Je fixe des objectifs clairs et atteignables, tout en célébrant mes succès.
- Je participe aux formations et rencontres Skifo pour m'améliorer et rester connecté à la communauté.
- Je prends soin de moi pour maintenir un équilibre entre travail et vie personnelle.

Conclusion

Avec un suivi régulier et une motivation bien entretenue, vous serez en mesure d'atteindre vos objectifs et d'évoluer constamment dans votre rôle. Rappelez-vous : chaque pas que vous faites vous rapproche de votre prochaine réussite.



Skifo