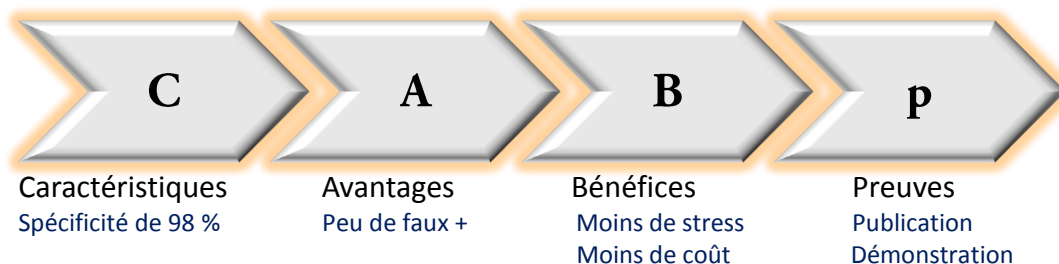


Gérer l'Argumentaire

→ Un vendeur ne baratine pas, n'arnaque pas, ne méprise pas. Il **pose des questions, écoute, convainc** pour son plus grand plaisir et celui de l'acheteur .

→ Je ne peux m'empêcher de réagir lorsque je vois certains hommes de marketing former des vendeurs, rédiger leurs argumentaires, sans avoir jamais négocié la moindre vente.



L'Argumentaire doit inclure

- L'**USP** – l'Uniq Selling Proposition (répond à 1 besoin valorisable – doit différer par quelque chose de la concurrence)
- Un **Beta-Testing** avec un retour clients (MVP - Minimum Viable Product: si vous n'avez pas honte de votre MVP alors ce n'est pas un MVP – Reid Hoffmann – cofondateur de LinkedIn)
- Les **5 étapes fondamentales** de la vente, elles-mêmes présentes dans la plateforme de vente
- Une **politique tarifaire** et de **bonus SMART**
- Un service **après-vente** effectif
- Une **congruence** de l'offre dans la stratégie et les comportements de l'entreprise

