

# Accompagnement à la transformation commerciale

Nous sommes à l'aube d'une **révolution commerciale** parce que le parcours d'achat a profondément changé.

Les comportements et les processus de vente doivent **s'adapter** aux nouveaux comportements d'achat.

L'accès à **l'excellence commerciale** passe par une véritable transformation des pratiques commerciales

Réussir la transformation passe par l'obtention de **résultats significatifs et rapides** grâce à la mise en œuvre de pratiques nouvelles

L'acheteur devient de plus en plus autonome dans sa recherche d'informations et donc moins dépendant d'un vendeur. Le moteur de recherche a remplacé les traditionnels annuaires. L'acheteur accorde plus de crédit à ses pairs, via un blog, qu'à un vendeur. Une visite virtuelle a parfois plus d'impact qu'un long discours commercial. Les comparateurs de prix décrédibilisent les annonces de prix surévalués. Le client ressort influencé de son parcours d'achat, avant la rencontre avec le vendeur.

Dans de nombreux cas, les nouvelles technologies viennent suppléer les vendeurs dans les phases amont de la prospection. Grâce à l'utilisation de nouveaux outils de communication, l'impact de l'argumentation est grandement renforcé. Même si en phases de négociation et de conclusion, le talent commercial restera irremplaçable pour faire la différence, l'utilisation d'outils de démonstration économique, de retour sur investissement s'avèreront de la plus grande utilité.

Il n'est plus efficace d'utiliser les armes d'hier pour réussir sur le marché d'aujourd'hui. La qualité du ciblage est plus importante que le volume de l'investissement marketing. Pour garder le contact avec les clients, il n'est plus nécessaire de faire autant de kilomètres et donc de multiplier le nombre des vendeurs. La pression commerciale ne se mesure plus seulement au nombre de visites. Les gains de productivité s'obtiennent davantage par une réallocation des ressources que par l'augmentation de celles-ci. Aux changements de pratiques viennent s'ajouter les ajustements organisationnels.

La remise en cause des pratiques qui ont fait leurs preuves fait toujours peur. L'incertitude liée au changement est un frein majeur qui retarde l'inexorable ajustement des pratiques commerciales. Dans ce contexte, Mercuri International a conçu un plan extrêmement pragmatique de transformation des pratiques, accompagné par une mesure permanente des gains générés.



# Accompagnement à la transformation commerciale

## NOS ENGAGEMENTS

Ils portent sur les 4 leviers de la performance commerciale :

Mercuri International a développé un processus de vente unique cumulant :

- l'utilisation des techniques les plus efficaces de marketing opérationnel,
- l'usage des nouvelles technologies,
- l'expertise en vente d'un leader mondial

### 1. Attirer plus de prospects

Par la recherche des meilleurs **outils et techniques afin d'augmenter le flux entrant**

- grâce à **l'optimisation des approches marketing** dont l'efficacité a été testée et prouvée depuis de nombreuses années
- par la mise en place d'outils nouveaux, originaux et complémentaires s'appuyant sur les nouvelles technologies.

### 2. Mieux transformer vos prospects en clients

Cela se mesure concrètement par l'amélioration des taux de transformation provenant :

- d'une offre rendue irrésistible par la mise en valeur de ses « atouts marketing » et l'utilisation de la meilleure mécanique commerciale et promotionnelle
- d'argumentaires parfaitement adaptés aux cibles visées et aux supports utilisés
- mais surtout d'une démarche exclusive combinant impact du face à face, utilisation des outils modernes et adaptation des discours aux situations de vente.

### 3. Développer et fidéliser votre patrimoine clients

Cela se mesure par la progression simultanée du nombre de clients et du chiffre d'affaires par client grâce à une triple action : la montée en gamme, la vente croisée et l'allongement de la « durée de vie du client ».

Pour y parvenir nous agissons sur :

- l'augmentation du nombre d'interactions programmées avec les clients en faisant de chaque contact un moment privilégié pour renforcer la qualité et l'intensité de la relation commerciale ;
- la création et la mise en place de stratégies de fidélisation pour faire de vos clients de véritables ambassadeurs de vos produits ou services.

### 4. Améliorer la productivité commerciale de votre entreprise

La productivité commerciale se mesure par le ratio: investissements commerciaux et Marketing sur le chiffre d'affaires

Les gains de productivité s'obtiennent par :

- une mesure permanente, précise et systématique du rendement de chaque action
- l'automatisation de certaines tâches de management ou d'actions commerciales pour libérer du temps actif de vente
- le raccourcissement du cycle de vente en réduisant le nombre et la durée des étapes
- la modélisation des discours de vente en s'appuyant sur les meilleures pratiques internes et externes.

# Comment puis-je être accompagné ?

Gratuit :  
Le diagnostic en ligne  
de votre puissance marketing vente !



**1 La première phase**  
est une première évaluation des forces et faiblesses de votre activité commerciale et marketing, l'identification des gisements de progrès et la mesure des gains de productivité envisageables.  
Elle démarre par un auto diagnostic en ligne gratuit.

**2 La deuxième phase**  
est la construction, après complément d'analyse, d'une proposition détaillée d'accompagnement, décrivant le plan d'action proposé, les objectifs visés et les engagements pris sur l'amélioration de vos résultats.

**3 La troisième phase**  
est la mise en œuvre concrète de l'accompagnement et de la mesure des gains. Les honoraires sont liés en partie aux résultats additionnels générés par les actions mises en place. Remplissez dès maintenant, gratuitement et sans engagement, le diagnostic en ligne [www.mercuri-bp.com](http://www.mercuri-bp.com).



Voir la vidéo :



**Mercuri International**  
le **partenaire** de votre développement commercial

Créé en Suède il y a plus de 50 ans, présent en France depuis 1973, Mercuri International est implanté dans plus de 40 pays.

**Les 4 domaines d'accompagnement**

- Le Conseil en Marketing Opérationnel et Efficacité Commerciale
- Le Développement des Compétences Vente et Management
- Le Management Commercial de Transition
- Les Outils et Systèmes de Pilotage Commercial et de Gestion de la Relation Clients

