



REDIGER UNE PROPOSITION COMMERCIALE QUI VEND

La structure ultime



MY MARKETING
XPERIENCE

La structure ultime

pour une proposition commerciale qui convertit

BIEN DEMARRER

Pour plus d'efficacité, on vous recommande d'écouter l'épisode de podcast enregistré sur le sujet et qui le complète parfaitement.



ECOUTER

POURQUOI UTILISER CETTE STRUCTURE DE PROPOSITION COMMERCIALE ?

- Optimiser votre taux de conversion
- Améliorer l'expérience client
- Créer un lien avec votre prospect
- Gagner du temps sur vos propositions commerciales

La structure ultime

pour une proposition commerciale qui convertit

① Situation de départ du prospect

- remettez les éléments que vous avez obtenus lors de votre entretien
- parler des problèmes de votre prospect
- reconnecter le prospect à sa "douleur"

Montrer à votre client ou prospect que vous avez compris son problème :

- rassure le prospect
- donne confiance

② Risques encourus (optionnel)

- quels sont les risques face à ce problème si le client ne fait rien ?
- quelles sont les solutions essayées et qui ne marche pas

La structure ultime

pour une proposition commerciale qui convertit

3 Présentez-vous

Présentez-vous simplement en prenant soin de présenter clairement :

- votre mission
- votre proposition de valeur
- en quoi votre entreprise est différente

- Faites figurer des preuves sociales :
 - nombre d'années d'expérience
 - références clients
 - présence géographique si c'est pertinent
 - résultats tangibles obtenus
 - certifications obtenues

4 Présentez votre solution

- Expliquez comment vous allez résoudre le problème de votre prospect
- Idéalement, formalisez une véritable méthode
- Utiliser des éléments visuels (images, icônes, etc.)

La structure ultime

pour une proposition commerciale qui convertit

5 Décrivez les bénéfices

- quelle transformation permettez-vous à votre prospect d'effectuer?
- bénéfices rationnels / fonctionnels : que va-t-il obtenir en travaillant avec vous?
- bénéfices émotionnels : comment va-t-il se sentir grâce à votre solution?

6 Présentez votre offre tarifaire

- Récapitulez ce que votre prestation ou votre produit va inclure
- Valorisez au maximum ce que votre offre inclut.
- Bien évidemment, précisez le tarif

7 Témoignages & études de cas

- Faites figurer un ou plusieurs témoignages clients (dans ce cas, juste une phrase ou deux par témoignage soigneusement sélectionnés)
- Vous pouvez également présenter une étude de cas, notamment si ça correspond au problème vécu par votre prospect

8 Contact

Rien de fofou, précisez bien vos coordonnées pour permettre à votre prospect de vous contacter s'il a des questions!