

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	7 La communication 7.6 Comment négocier ?	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

Profil de commercial	Moteur
Chasseur	Engagement, réussite, séduction.
Eleveur	Patience, fidélité, loyauté.

Tableau 297 – Le moteur de chaque profil commercial

7.6.4.2 Les qualités d'un commercial

Les qualités d'un commercial sont aussi centrées autour de l'intelligence émotionnelle, renforcées par une aisance de communication et de persuasion :

- **S'informer.**
Il s'agit de s'informer sur l'entreprise et son environnement.
- **Ecouter.**
Il s'agit de comprendre les buts, les intentions et les motivations avoués ou cachés du prospect, mais aussi les problèmes auxquels il est confronté.
- **Etre attentionné.**
Il s'agit de faire attention à la communication informelle et aux réactions des interlocuteurs.
- **Séduire.**
Cela se traduit par :
 - **Force physique.**
La persévérance.
 - **Force morale.**
La confiance, l'honnêteté et la loyauté.
 - **Force psychologique.**
L'analyse, l'imagination et le charisme.

Une tentative de vente sur cinq est un échec dans le **Business to Business**. Il est important de faire un débriefing après chaque échec pour savoir quels sont les points à améliorer et quand repartir à l'assaut.

7.6.4.3 Le processus de vente

a

Voici le **processus de vente** :

- **La pré-vente.**
La préparation correspondant essentiellement au recueil et à l'analyse d'information sur le prospect est une étape essentielle consommant 75 % des ressources de la vente. Elle consiste également à se fixer des objectifs et un plan d'actions pour les atteindre – prototype, vente opportuniste, vente régulière, partenariat.
- **La vente elle-même.**
Elle peut se décomposer en le processus suivant :
 - **La prise de contact.**
Elle doit être rapide pour décrocher le rendez-vous. Ce dernier doit être sollicité pour prétendre vouloir aider le prospect, la vente n'étant alors qu'une conséquence.
 - **La compréhension du besoin.**
Le prospect a des besoins explicites ou implicites non assouvis et aussi des difficultés au regard de sa stratégie personnelle et des projets dans lesquels il est impliqué. Il s'agit d'identifier de ces opportunités de vente.
 - **Le développement de sa proposition.**
La proposition repose sur une offre spécifique en faisant levier sur les opportunités de