

Vous traversez une période difficile et avez **besoin de booster vos ventes** ?
Les ventes stagnent, et vous souhaitez **inverser la tendance** ?
Rassurez-vous, dans la vente, **toutes les entreprises ont des mauvaises passes**.
Cela peut arriver quel que soit le secteur d'activité, la conjoncture économique et la typologie des clients...



Faites de l'expérience client votre priorité

S'il est important de vendre, il est encore plus important **d'écouter activement**. En écoutant ce que dit votre **client et/ou prospect**, vous pourrez **identifier ses problématiques et besoins** pour lui proposer des **outils qui viendront améliorer** son expérience utilisateur.

Concentrez-vous sur les prospects chauds

Lorsque vous avez beaucoup de demandes de prospects, apprenez à **détecter les prospects chauds et les prospects froids**. Il faudra déployer tous les moyens nécessaires afin de mettre le prospect dans les meilleures conditions pour qu'il fasse un choix qui vous arrangera.



Répondez aux demandes de vos prospects le plus rapidement possible

L'expérience montre que plus vous répondez à une demande de documentation rapidement, plus vous avez de chances de conclure la vente. **Le délai de 48h après le premier contact est le maximum qui devrait être toléré**, sinon votre prospect aura eu le temps de voir plusieurs offres concurrentes.

Soignez votre image de marque

Il est important de veiller à **conserver une bonne image de marque**. Vos **potentiels clients** peuvent se rendre sur internet et **consulter les avis en ligne** par exemple. Si votre e-réputation s'avère négative, votre prospect n'hésitera pas à se tourner vers la concurrence.



Centralisez vos efforts sur une stratégie

Il ne faut pas faire courir plusieurs lièvres à la fois ! **Concentrez-vous sur la force majeure de votre entreprise** et faites-en votre credo et votre avantage concurrentiel. Vous pourrez notamment intégrer cet avantage au sein de votre communication marketing.

Mettez en place une communauté de clients et partagez leurs témoignages

Vos meilleurs clients sont vos meilleurs ambassadeurs : vous pouvez donc leur permettre de se regrouper (via un événement par exemple), de partager leurs expériences, de communiquer sur vos produits... Cela peut passer via un forum sur internet, des matinées d'utilisateurs, faire des focus groupes clients...



Placez la relation client au cœur de votre activité

Vous devez faire passer le **facteur prix au second rang** dans le processus de choix de vos clients. Cela passe bien entendu par des **services supplémentaires** (payants ou gratuits), mais aussi en tissant une **relation avec vos clients**. Par exemple, vous pouvez offrir régulièrement des cadeaux aux meilleurs acheteurs de vos produits, afin de rester présent dans leur esprit.

Soyez présent sur Internet

Votre image est un des éléments qui permet à vos clients de vous identifier. Ne lésinez pas sur la lisibilité de votre logo, de votre vitrine, du nom de votre entreprise, de l'aspect de vos véhicules, de votre site internet... et bien entendu de votre apparence !



Mettez en place un système de fidélisation

Pour cela, **récompensez vos meilleurs clients pour leurs achats** avec une incitation à consommer plus, ou accorder des avantages en cas d'achats groupés ou consécutifs (bon à valoir sur leur prochain achat, un cadeau au bout de X achats...).

Concentrez-vous sur les montées en gamme et les ventes additionnelles

Avez-vous déjà songé à les intégrer dans votre stratégie de vente ? Si elles sont mal utilisées, elles peuvent donner une mauvaise réputation à votre entreprise. Mais quand elles sont **correctement employées**, elles **constituent tout simplement un excellent service client**.



73%

des TPE constatent un gain de temps grâce à l'utilisation d'un logiciel de gestion. Pour piloter plus facilement votre activité et prendre les bonnes décisions au bon moment, appuyez-vous sur une **solution de gestion simplifiée** !

Source : Enquête menée par OpinionWay entre le 16 février et le 11 mars 2022 auprès de 450 TPE de 0 à 49 salariés basées en France