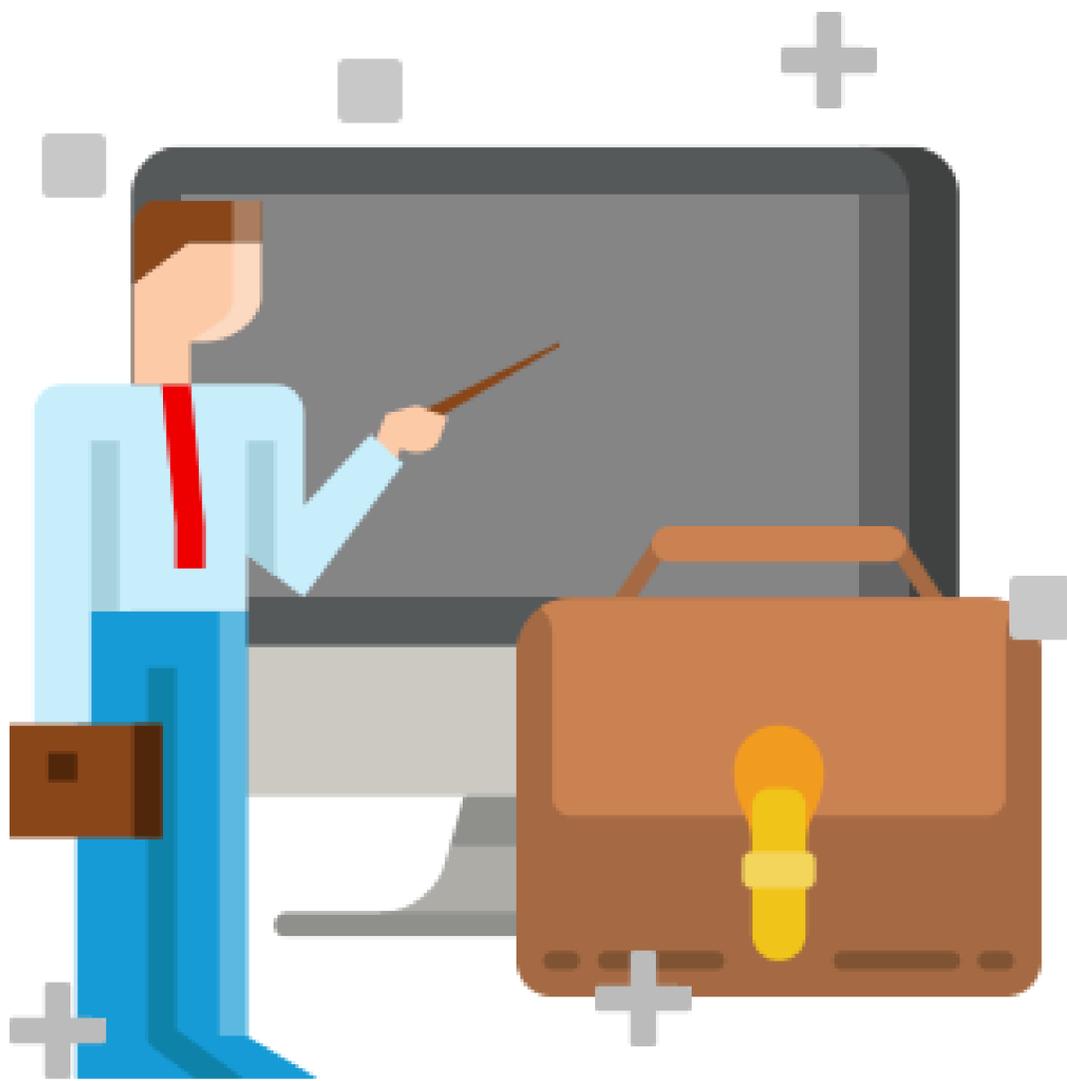


Pitch Commercial

Réussir sa présentation
d'Entreprise en 6 étapes



*Le terme « pitch » est issu du cinéma, et synthétise l'histoire d'une fiction en une phrase ou un petit paragraphe.
Autant dire que le pitch doit être efficace pour donner envie au spectateur d'aller voir le film et différencier celui-ci des autres.*

Exemple

1 A quoi vous contribuez ?

Il s'agit de répondre à la question : à quoi vous contribuez d'essentiel chez vos clients, chez vos prospects, chez vos références, qui font qu'ils vous apprécient tant ! Ici, il s'agit des bénéfices que vos prestations apportent, tels que performance, progressions, succès, pérennité, leadership et autres aspects agréables...

2 Avec quoi vous apportez ces satisfactions ?

Ici, il s'agit de vos grandes familles de prestations, de vos grandes familles de produits, de votre gamme, en sachant mettre en avant le plus possible son aspect de couverture globale dans votre secteur d'activité.

3 A qui vous vous adressez ?

Quel est votre marché, quel est votre public, qui sont vos clients, qui sont vos références ? Ici, votre interlocuteur doit immédiatement se reconnaître parmi eux et se dire "Je fais partie de cette famille". Il vous appartient de savoir présenter ici des chiffres clés qui impactent fortement votre interlocuteur.

4 Qui vous êtes ?

C'est seulement maintenant que vous parlez de vous, pas avant. Ici vous présenterez et commenterez l'organigramme fonctionnel de votre structure, avec -en particulier- votre position et votre rôle, puisque vous êtes censé être l'interlocuteur direct de votre client ou prospect.

5 Comment commercial

Quel est votre processus commercial ? Vous le détaillez ici, en listant les étapes clés par lesquelles vous allez passer et emmener votre prospect/client entre votre premier "bonjour" et le moment où il s'engagera dans l'achat de vos prestations/produits. Ici, grâce à cette transparence, vous allez faire la différence avec vos concurrents !

6 Comment prestation

Cette dernière étape permet de mettre les choses en perspective, et amènent votre prospect à se projeter dans l'avenir. Il s'agit ici de votre processus de mise œuvre et de livraison, de votre prestation ou de vos produits.

Pour finir, il est très important tout au long de votre exposé de souligner :

- vos savoir-faire différenciateurs
- vos chiffres clés et leur degré de pertinence
- avoir un discours avec des mots simples et clairs, facilement compréhensibles
- souligner tout ce qui touche aux principaux degrés de sensibilité de votre clientèle
- enfin, avoir un déroulement qui s'enchaîne bien, à la fois logique et chronologique.

Voici un exemple concret. Il s'agit de la présentation des Grandes Techniques de Vente, en environ 1 minute.

Les Grandes Techniques de Vente est un blog qui contribue à deux choses essentielles :

- Favoriser des progrès concrets et rapides sur les savoir-faire et savoir-être commerciaux, quel que soit le profil de nos visiteurs
- Et une importante émulation de la communauté des acteurs commerciaux

Pour cela, Les Grandes Techniques de Vente met en œuvre un riche panel d'outils et supports pédagogiques, tels que vidéos de techniques commerciales, vidéos de coaching commercial, articles thématiques détaillés, PDF et supports téléchargeables... Mais aussi des relais sur les réseaux sociaux : citations inspirantes et motivantes, conseils pragmatiques, etc.

Grâce à Internet, Les Grandes Techniques de Vente bénéficie d'une audience internationale, auprès d'une 20aine de pays de la francophonie. Nos lecteurs se comptent par 10aines de milliers chaque mois, un joli pourcentage d'entre eux étant abonné au blog ou à notre chaîne YouTube. Connaissant un peu le phénomène de start-up, ces chiffres sont en progression constante.

En interne, LGTDV possède deux piliers. Moi-même, Jean-Pierre, en tant qu'animateur et rédacteur principal ; ainsi qu'un coéquipier en charge de l'administration du blog et des aspects techniques, allant de la prise de vue vidéo et la gestion des contenus jusqu'à la mise en ligne et la gestion des relations avec notre communauté.

Concernant notre organisation commerciale, c'est ultra simple : tout est gratuit ! Les Grandes Techniques de Vente se veut une vitrine promotionnelle, offerte à tous les acteurs commerciaux, ou même ne serait-ce que curieux ou sympathisants avec cette matière.

Nous faisons tout ce qu'il faut pour permettre aux internautes d'accéder facilement et rapidement aux contenus des Grandes Techniques de Vente et nous travaillons sans cesse à optimiser l'ergonomie de nos outils et à la pertinence de nos contenus pour vous offrir chaque jour toujours plus de ressources, et contribuer sans cesse à votre décollage, à votre explosion, à votre succès.

