

10 techniques pour accélérer les signatures de vos contrats

Spécial Closing



Conclure un deal est **le** moment décisif dans la vente.

L'excitation et le frisson sont à leur comble.

Si comme nous, c'est la perspective de voir vos efforts aboutir, et convaincre votre prospect qui vous motive, alors ce guide est fait pour vous !



L'importance de bien préparer son entretien en amont

CAP

Caractéristiques, Avantages, Preuves

→ Toujours présenter les bénéfices de votre offre

SONCAS

Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie

→ Ciblez vos arguments en fonction du profil et des principales motivations d'achat d'un client

BEBEDC

Besoins, Enjeux, Budgets, Échéances, Décideurs, Compétiteurs

→ Avez-vous bien tous ces éléments suite à la phase de découverte ?

1. Reconnaître les signaux

Quand basculer de la négociation au closing ?

- > **Communication non verbale** : hochement de tête, attitude ouverte, en contact avec le produit
- > **Pose des questions sur des détails techniques de l'offre** : il est déjà convaincu par les bénéfices et se projette
- > **Un long silence** : si pas de répondant après une réponse à une objection, c'est que les derniers barrages sont tombés, brisez le silence et invitez-le à conclure la vente
- > **Demande de concession ou geste commercial** ; s'il négocie, c'est qu'il veut acheter



2. Faites confiance à la tech et à la puissance du SMARKETING

Favoriser la conversion de vos leads en disposant de la bonne data au bon moment

- > Les prospects d'une entreprise sont de mieux en mieux informés.
- > Une bonne partie de vos arguments de vente leur sont déjà connus.
- > Comprendre en amont de quelle information disposent vos prospects sur votre produit peut vous permettre d'accélérer leur signature.



2. Faites confiance à la tech et à la puissance du **SMARKETING**

Vos collègues en Marketing seront en mesure de vous aider à comprendre le cheminement de votre prospect.

- > Quelles pages de votre site web a-t-il déjà visitées ?
- > Certaines applications de telles que Crisp vous donnent la possibilité de connaître précisément les pages Web vues par un visiteur
- > Quels mots-clés a-t-il utilisé pour ses recherches ?
- > Quel type de problématiques a-t-il explicité dans son formulaire de contact ?



3. Créer un sentiment d'urgence



Le **prospect hésite encore**. “Oui mais...” Il n’est pas encore prêt à passer le cap. Pas encore prêt à signer. **C’est LE moment** stratégique pour vous de faire une offre qui inclut un **avantage spécial** et qui incite à l’achat, la signature immédiate. Donnez à votre offre une date limite.

- > C'est notre dernière vente à ce prix.
- > Nous faisons un rabais de 20% uniquement pour les clients qui s'inscrivent aujourd'hui.
- > Si vous vous engagez à acheter maintenant, je peux vous mettre rapidement en tête de la file d'attente."

4. Pratiquer l'écoute active

Qu'est-ce qui vous empêche d'acheter votre produit/solution aujourd'hui ?

Cette question vous permet rapidement de soulever d'éventuels points de blocage. Le plus tôt est le mieux pour tenter de les lever.

Quels sont les éléments susceptibles de le convaincre ?

Vous inversez les rôles et retournez habilement la situation à votre avantage. Le prospect vous sert alors sur un plateau les meilleurs arguments pour le convaincre.

Notre offre répond-elle à son problème ?

Si l'offre et ses avantages pour le client ont été correctement démontrés, la réponse sera oui.

4. Pratiquer l'écoute active

Que fait-on ?

Cette question ouverte, posée après un temps de silence, de réflexion, a le mérite de forcer la main du prospect, en lui donnant la parole.

Bien sûr. Si je le fais pour vous, vous signez le contrat aujourd'hui ?

L'angle vif de la négociation : on s'attend à ce que vous cherchiez à vendre, si demande une concession, profitez-en

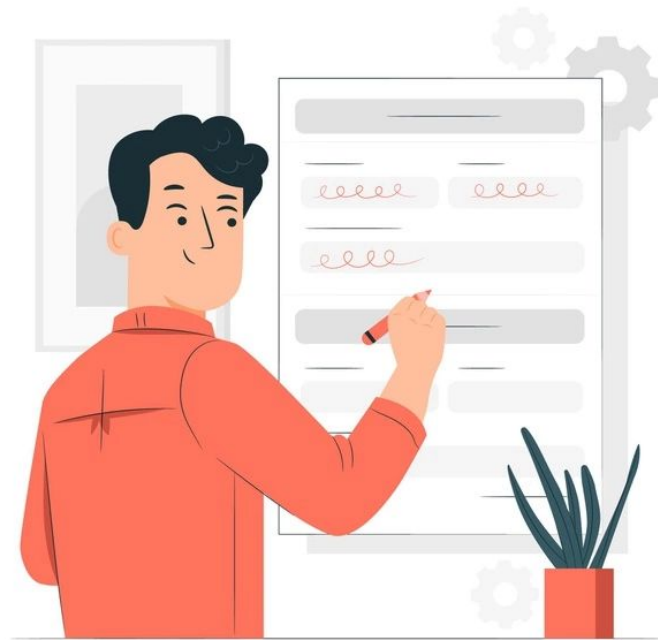
Maintenant que le sujet des échéances est traité, on peut avancer sur les volumes ?

Générez tout au long de la discussion des engagements, cherchez les oui - cf. ponts brûlés

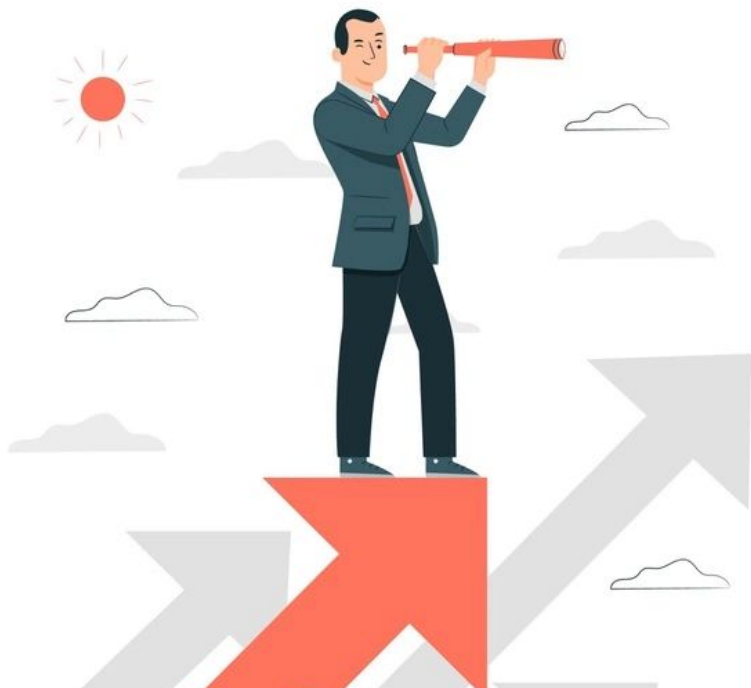
5. Dresser un bilan

En synthétisant, le but est de clarifier la situation dans l'esprit de votre client, aussi bien sur le contenu de votre offre que sur les bénéfices qu'il en peut en retirer.

En reprenant l'ensemble de l'offre, vous lui exposez de façon logique tout l'intérêt qu'elle représente pour lui. De cette façon, vous arrivez très naturellement à un accord.



6. Mettre une pression positive



Cette technique consiste à visualiser les bénéfices futurs, du point de vue de votre prospect et lui exprimer.

Cette pression s'appuie directement sur les intérêts du client. Il voit alors ce qu'il "perdrait" à ne pas acheter votre solution

7. Donner une alternative

Cette technique propose de laisser au client le choix entre plusieurs possibilités. L'option qui lui est présentée renforce les chances d'obtenir un accord définitif, car la question posée induit de faire un choix, et par conséquent de donner une réponse.



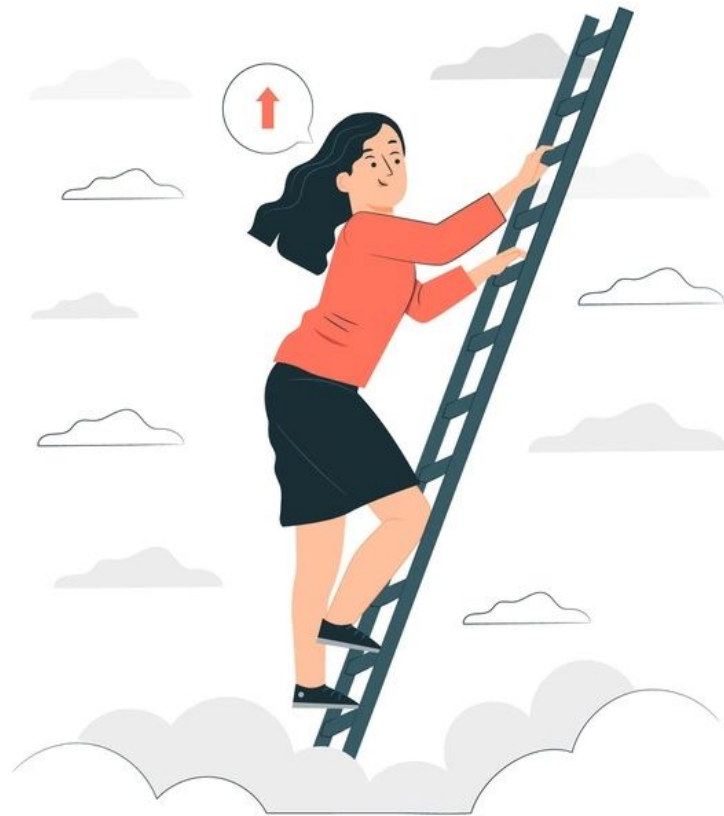
9. Créer la surprise

Au dernier moment, vous sortez un avantage supplémentaire. C'est souvent ce qui peut marquer la différence et faire pencher la balance quand le prospect hésite



10. La technique des Ponts Brûlés

Plus vous multipliez les mini engagements de vos prospects, plus ils ont dit oui et validé les étapes que vous leur avez présenté, plus ils continueront à s'engager vers le closing. Ils n'ont pas de raison de faire marche arrière , ni vraiment a possibilité d'où le nom de ponts brulés



Quel est votre niveau de renseignement sur le projet ?

Quels sont les enjeux du client ? Pourquoi fait-il ce projet ?

Réponse

Qu'est ce qui se passe si le projet échoue / prend du retard / .. ?

Réponse

Quelles sont les alternatives du client ?

Réponse

Quels sont les points forts de mon offre ?

Réponse

Quels sont les points à retravailler ?

Réponse

Quels avantages concurrentiels j'ai sur ce projet ?

Réponse

Quelles sont les menaces sur ce projet ?

Réponse

Quand et Comment va se prendre la décision ?

Réponse

Qui sont les concurrents ? À quel stade en sont-ils ?

Réponse

Avez-vous rencontré le décisionnaire final ? Vous connaît-il ?

Réponse

Quel est votre chance de closing en % ?

Réponse

Quelle issue satisfaisante avez-vous en tête ?

Qu'attendez-vous de cette négociation ?

Réponse

Quel meilleur résultat visez-vous ?

Réponse

Quelles issues ne seraient pas acceptables ?

Réponse

Pourquoi ce ne serait pas acceptable ?

Réponse

Quels sont vos objectifs ambitieux ? Votre seuil minimum ?

Que devez-vous au minimum obtenir ?

N°1 :

N°2 :

N°3 :

N°4 :

Quelle est votre MESORE ? (Meilleure Solution de Repli)

Quel est votre point de retrait ? (prix de réserve mini)

Quelles sont vos contreparties possibles ?

Les points sur lesquels vous ne voulez pas lâcher ?

N°1 :

N°2 :

N°3 :

N°4 :

Quelles sont les contreparties possibles du client ?

Les points sur lesquels le client ne veut pas lâcher ?

N°1 :

N°2 :

N°3 :

Téléchargez cette trame de préparation à la négociation pour être prêt à closer le jour J

Vive la vente !

Intéressé par les formations commerciales UPTOO ?



uptoo.fr/formation



formation@uptoo.fr



01 40 06 03 93