

Stop à l'improvisation
en rendez-vous.
Le book de vente tactile
change tout.





Bon, le catalogue...
le devis... la fiche client...
c'était ou, déjà...

(Je perds le fil
et le client le sens.)



Client B
Relancer
devis
mettre à jour
catalogue



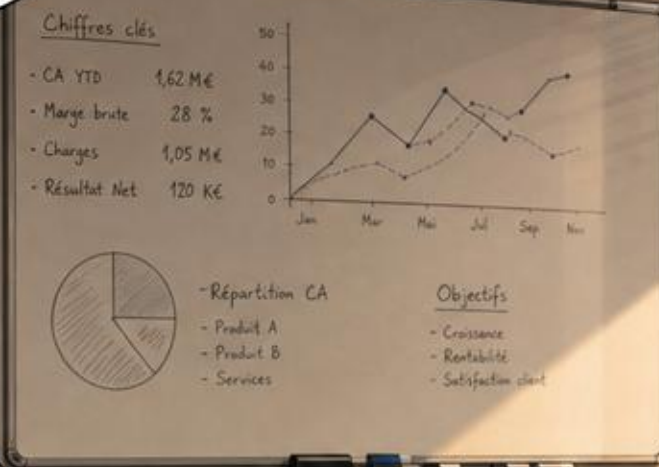


Je veux bien, mais
concretement, vous avez
quoi pour m'aider a decider ?

(Si c'est comme ça que
se passe le rendez-vous,
c'est mauvais signe.)

Le client m'a rappelle :
il n'a pas compris notre offre.
Et toi, t'as galere
avec ton telephone.

Je sais. Je suis arrive
avec rien de tangible.
J'ai improvisé.



FOCUS
ENGAGEMENT
RÉSULTATS



Le probleme n'est pas Alex. C'est votre outil. Ou plutot son absence.

Un book de vente tactile, c'est ca ? Ca change quoi ?



Tout tient la :
votre offre, vos cas
clients, un simulateur
de ROI. Et meme une
proposition prete a
signer.





Un commercial.
Un mois d'écart.
Même client.
Même offre.
La différence ?
L'outil.

L'outil ne remplace pas le talent. Il le libère.



Voila le cas client dont je vous parlais. On clique ici pour voir le detail des resultats.

Ah la, je comprends mieux. Ca change tout, peut-on voir le simulateur ?

Pas besoin de 10 000 euros. Trois approches, trois budgets. On commence par la plus simple et on itere.

BUDGET
0 EURO
(GOOGLE SLIDES)



50 EUROS/MOIS
(CANVA)




500 EUROS
(DESIGNER)



Et si on rate l'adoption par l'equipe ?

CLARTÉ
FOCUS
IMPACT
RÉSULTAT





Si on avait eu
ca plus tot, on aurait
evite trois ventes
ratees le mois dernier.

L'outil ne fait pas tout.
C'est la facon dont l'equipe
se l'approprie qui fait
la difference.



**Vos commerciaux
perdent des ventes
faute d'outil ?**

**Commencez par un
diagnostic offert sur
laurentserre.com.**

