

LE DILEMME DE L'INNOVATEUR

Et si votre succès commercial d'aujourd'hui préparait votre échec ?



Tout roule... C'est justement ce qui m'inquiète.

Stéphane, on termine à +18% sur le trimestre.
Tout roule.

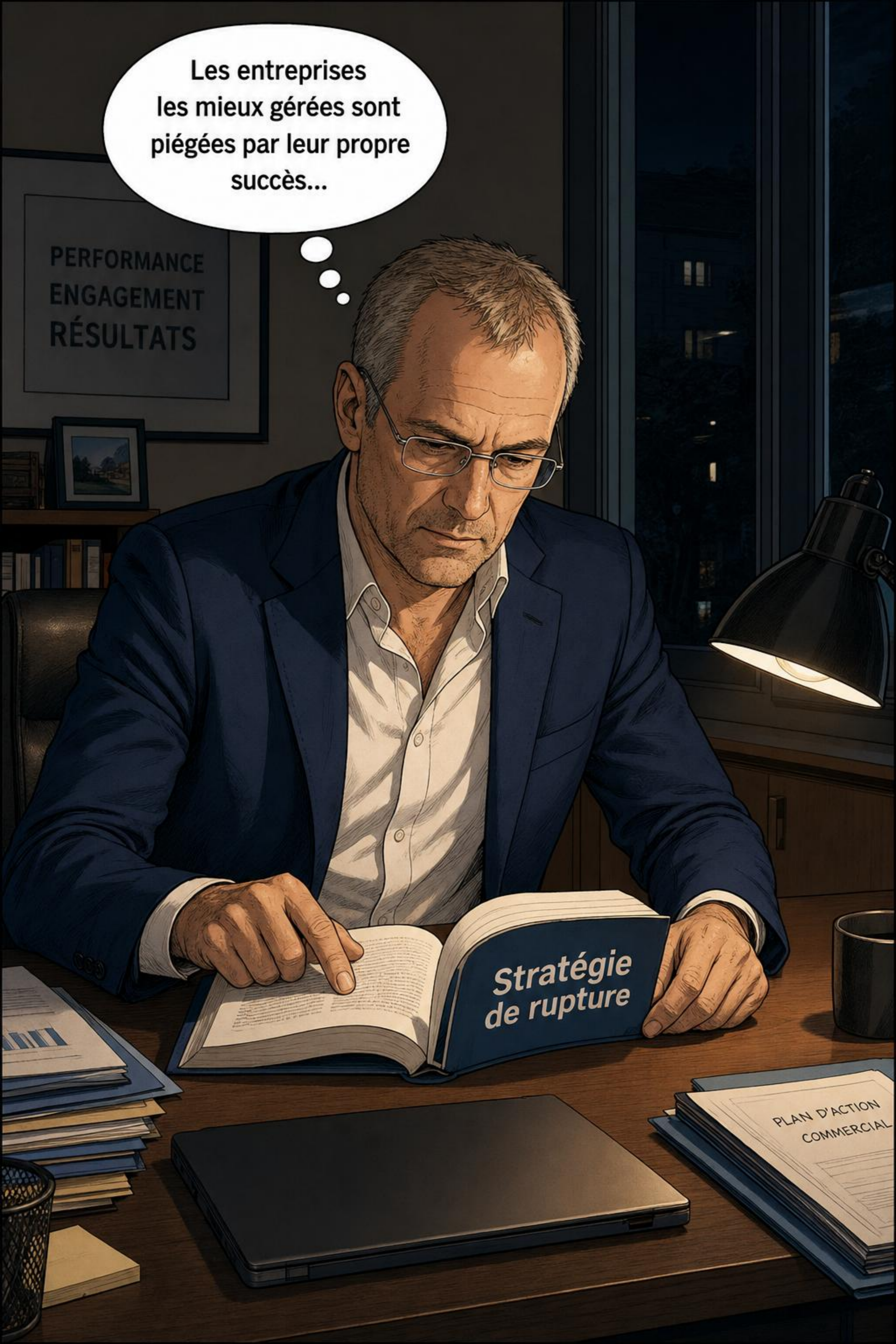


Les entreprises
les mieux gérées sont
piégées par leur propre
succès...

PERFORMANCE
ENGAGEMENT
RÉSULTATS

Stratégie
de rupture

PLAN D'ACTION
COMMERCIAL

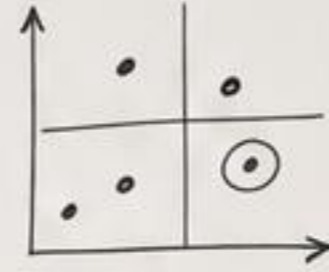


On était les mieux placés.
Un petit nouveau a gagné.
Approche différente de la nôtre.
On ne les avait même pas vus arriver.

CONCURRENTS

- ALTAVIA
- NOVASTEP
- ELYSION
- KAPTEOS
- **NEOTERRA ?**
- HORIZONEX
- SYNAPTIQ

POSITIONNEMENT




DIFFÉRENCIATION



VEILLE

- TECHNOLOGIES
- USAGES
- BUSINESS MODELS



A man with grey hair and glasses, wearing a blue suit jacket over a light-colored button-down shirt, stands by a large window. He is looking out at a city skyline under a cloudy sky. A thought bubble is positioned above him, containing text in French. The man's hands are in his pockets, and the overall style is that of a comic book illustration.

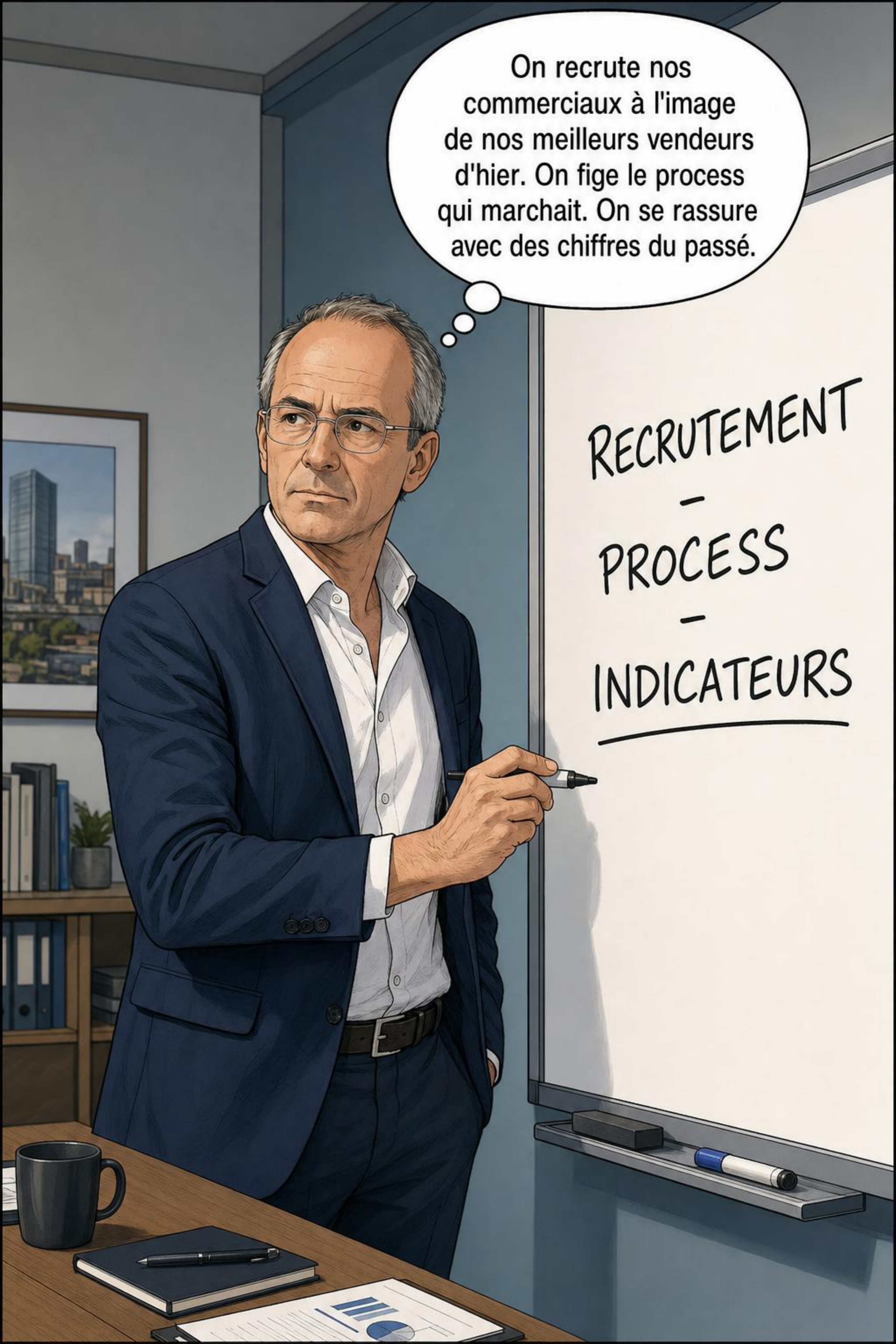
On forme nos équipes
à caller plus fort.
Mais les acheteurs ont changé.
On améliore la machine d'hier.


Il est bon
techniquement. Mais
le client n'est plus là.



On recrute nos commerciaux à l'image de nos meilleurs vendeurs d'hier. On fige le process qui marchait. On se rassure avec des chiffres du passé.

RECRUTEMENT
-
PROCESS
-
INDICATEURS





Je ne sors pas
le script tout de suite.
J'écoute d'abord, je comprends
le problème du client. Les gens
ne veulent plus de demo, ils
veulent un diagnostic.

Continue.

L'ESSENTIEL
C'EST
L'ÉCOUTE



Je garde ce
qui marche encore.
Mais je laisse de l'espace
pour construire autre
chose.




A partir de cette semaine,
20% de votre temps est consacré
à tester des approches qu'on n'a
jamais utilisées. Sans pression de
résultat immédiat.



On ne parle pas
de notre offre aujourd'hui.
On pose des questions.
On écoute.
On diagnostique.
C'est ça, la vente de demain.





On a perdu deux dossiers qu'on aurait gagnés avec l'ancienne méthode. Mais on en a gagné trois qu'on n'aurait même pas vus arriver.

C'est ça, le progrès. Pas tout jeter. Ajouter une autre corde.

Mes meilleurs
commerciaux ne sont
plus ceux qui tiennent
le mieux leur script.
Ce sont ceux qui savent
le poser au bon
moment.



**Vous reconnaissez un de ces
pièges dans votre équipe ?**



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