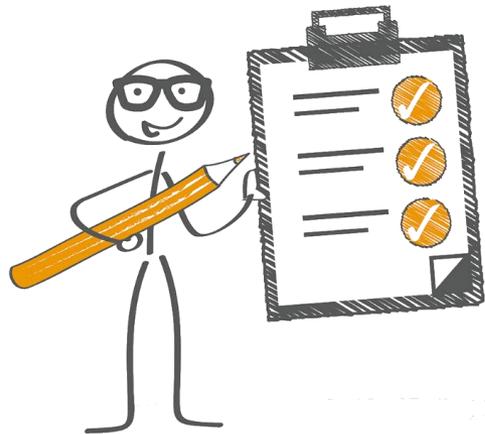


# Objectifs



- ✓ vous donner des conseils pratiques
- ✓ qui ont démontré leur efficacité
- ✓ faciles à comprendre
- ✓ que vous aurez envie de mettre en œuvre dès aujourd'hui
- ✓ Mais que personne n'arrive à mettre en œuvre dans son quotidien



# Mon métier

## Développement commercial

- Diagnostic de votre activité
- Plan d'actions commerciales
- **Accompagnement et pilotage sur 12 mois**
- Mise en place du Suivi et Outils
- Formation commerciale



# Mon hobby

## Club d'Affaires Protéine

- Animateur
- Développement de clubs sur les 2 Savoie
- Recherche d'animateurs



# Mes offres de service avec Lunky

## Télémarketing

- Qualification de fichiers
- Prospection
- Télévente
- Etude de satisfaction



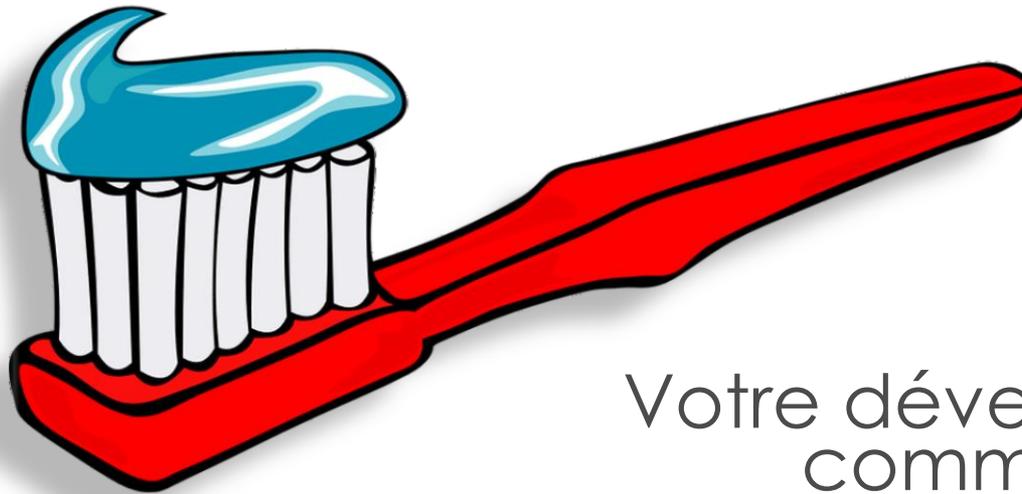
## Télésecrétariat

- Accueil téléphonique externalisé
- Externalisation de la relation client
- Gestion de la hotline, assistance technique et sav
- Secrétariat externalisé



## Conseil n°1

**Adoptez une bonne habitude (de plus) en 2018 !**



Votre développement commercial, pour être efficace, doit devenir une habitude.



# Découpez votre programme en tranches



La taille des tranches est le juste équilibre entre votre ambition et vos ressources (temps et budget).



## Rendre votre objectif concret



8 RDV

4 devis

1 contrat = 10 K€

80 RDV

40 devis

10 contrats = 100 K€



## Être ambitieux mais réaliste



**OBJECTIF SMART**

- S** simple (facile à comprendre, verbe d'action, spécifique)
- M** mesurable (fixer des étapes/quantités à atteindre)
- A** atteignable (accessible, pas trop ambitieux)
- R** réaliste (posséder les moyens pour atteindre l'objectif)
- T** temps précis (fixer une date d'échéance)



## Identifiez vos cibles



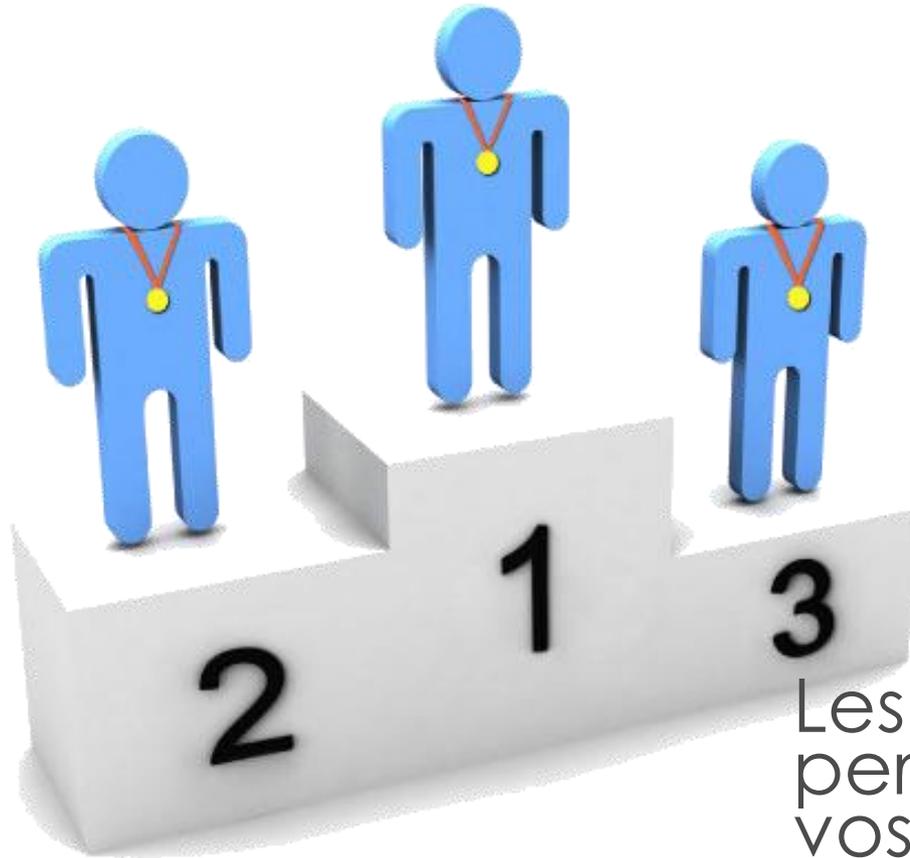
## Construire vos campagnes



Le plan d'actions commerciales est un enchaînement de campagnes qui décrivent vos « gestes métier ».



## Découpez vos prospects en 3



Les campagnes permettent de qualifier vos suspects et de les classer en 3 groupes



## Anticipez pour recueillir l'information commerciale



Chaque campagne enrichit votre base de données commerciales... à condition d'avoir prévu les « contenants » pour recueillir cette information.



# Faire passer le CAP à votre argumentaire de vente

## C caractéristiques

Les caractéristiques de votre produit / service

## A avantages

Ses avantages, du point de vue du client

## P preuves

Les preuves que vous pouvez apporter



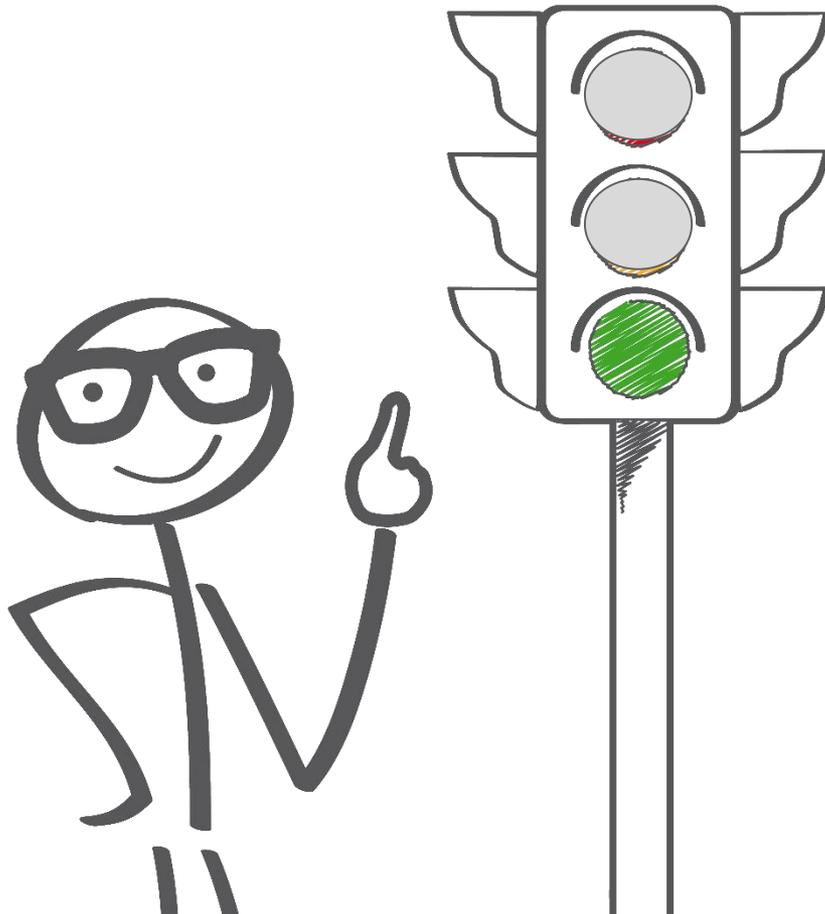
# Testez une nouvelle idée chaque année



Testez **1** grande idée plutôt que **10** petites



# Commencez dès maintenant....



## Avec moi !

