

Collectif Designers + Séminaire Performance Designers  
Formation commerciale

~

15 novembre 2012

---

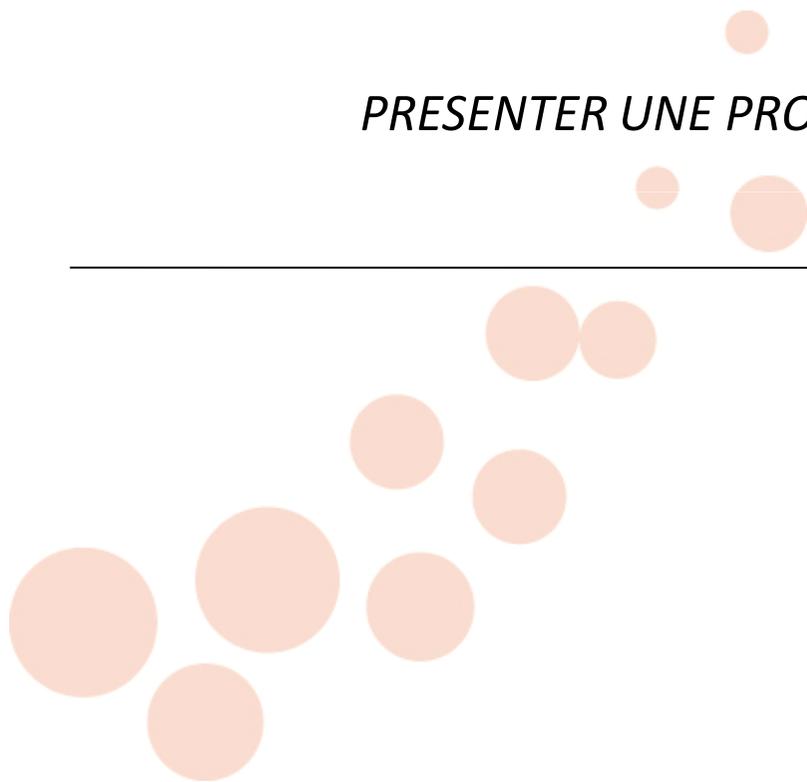
*Document réalisé par Estelle GIROUD,  
Cabinet PRAGMA CONSULT*



---

*PRESENTER UNE PROPOSITION COMMERCIALE*

---



## La proposition commerciale, plus qu'un devis

---

- ✓ Elle permet de proposer une prestation, plus qu'un prix au prospect ;
  - Rappel : a priori, en B to B, un client achète peu souvent un « prix »
  - Sauf s'il ne comprend pas quels sont les avantages d'une offre par rapport à l'autre (pas de différenciation possible à la lecture de la proposition commerciale)
  - Sauf si vous n'avez pas compris sur quels critères il va déterminer son choix.
  
- ✓ La proposition commerciale permet d'instaurer rapidement la confiance :
  - Car vous montrez au prospect que vous avez tenu compte de ses problématiques
  - Vous exposez (très brièvement) quelques éléments de contexte (marché, sites web ou produits concurrents...) qui attestent que vous avez préalablement fourni un travail de recherche
  - Vous proposez des moyens détaillés de mise en œuvre qui illustrent le travail que vous allez fournir (n'oubliez pas qu'il faut donner du concret à une proposition quand elle est réalisée sur une offre de services)
  - Vous exposez quelques références qui donnent à voir au client.
  
- ✓ La proposition commerciale vous permet de sortir du cadre de vos références : ce qui compte est la méthodologie de mise en œuvre et non le sujet traité.

# Les indispensables de l'offre commerciale orientée méthodologie

---

1. Introduction :
  - Rappel des objectifs du client ;
  - Éléments de contexte qui montrent au client que vous avez pris des renseignements au sujet de sa problématique ;
  - Les points forts de votre proposition ;
  - Vos valeurs et principes de travail.
2. Proposition d'articulation méthodologique globale phasée.
3. Pour chaque phase, rappel :
  - Des objectifs (ce que l'on cherche à faire, les questions auxquelles on cherche des réponses) ;
  - Des moyens engagés (afin de répondre aux objectifs) ;
  - Des livrables qui seront remis ;
  - Du délai de réalisation de chaque phase (optionnel).
4. Présentation d'outils d'analyse ou de réalisation .
5. Aspects logistiques de l'intervention :
  - Budget ;
  - Délais de réalisation ;
  - Lieux des réunions ;
  - Frais de déplacement...
6. CV et références :
  - Détaillées, incluant le nom, numéro de téléphone et adresse mail de votre contact pour une vérification aisée des références ;
  - Illustrées.