

SIX

CONSEILS POUR ASSURER LE SUCCÈS DES ÉQUIPES DE VENTES PENDANT UNE PANDÉMIE

Comment outiller et motiver votre équipe de ventes au temps de la COVID-19.



TISSEZ DES LIENS

Ne sous-estimez jamais l'utilité d'une conversation de vive voix. Les courriels, c'est bien, mais ils ne permettent pas ce contact humain dont on a besoin plus que jamais. Les conversations téléphoniques aideront vos équipes à tisser des liens et à mieux comprendre la réalité de chaque client.

ADOPTÉZ UNE APPROCHE HUMAINE

Les clients doivent comprendre que vous vous souciez davantage de leur santé et de leur bien-être que de leur vendre votre proposition de valeur. Adoptez une approche personnalisée qui mise sur l'empathie. Puisqu'il est actuellement impossible de rencontrer un client en personne, proposez-lui de bavarder virtuellement en prenant un café pour cultiver votre relation.



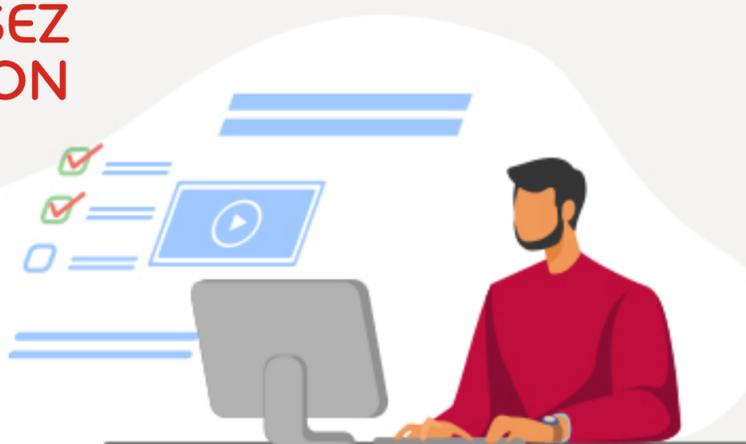
RÉINVENTEZ VOTRE PROPOSITION DE VALEUR

Trouvez des façons de réinventer votre solution interentreprises pour qu'elle réponde aux inquiétudes et à la réalité de vos clients pendant la pandémie. Bien des organisations se trouvent en mode réactif – comment pouvez-vous calmer le jeu?



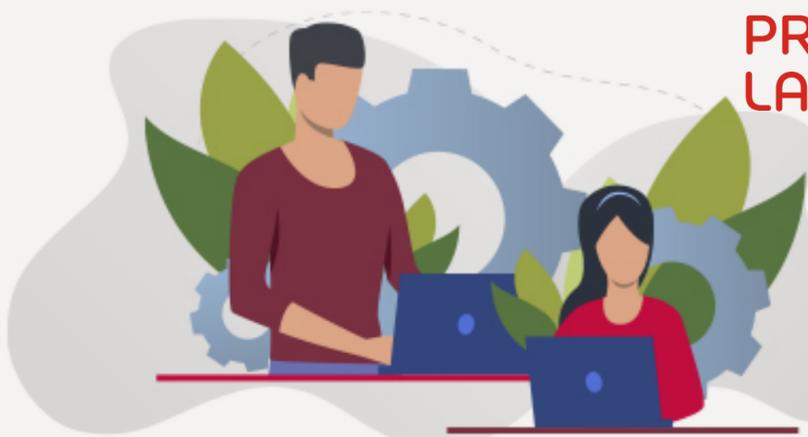
PROPOSEZ DE LA FORMATION

Comme vous avez adapté votre proposition de valeur, vos équipes doivent être conscientes que l'approche de vente habituelle n'est plus aussi efficace pour le moment. Formez vos équipes à adopter votre nouvelle approche. Elles pourront ainsi s'adapter avec créativité et agilité à la nouvelle réalité du marché.



PRÔNEZ LA PATIENCE

C'est normal qu'il soit plus difficile d'établir un lien avec un client à l'heure actuelle, ce qui peut rallonger le cycle de vente. Expliquez à vos équipes à quoi s'attendre. Elles se prépareront donc mentalement à cette nouvelle réalité et elles maintiendront leur motivation.



CÉLÉBREZ LES PETITES RÉALISATIONS

Les cycles de vente étant plus longs et les liens, plus difficiles à tisser, vous devez célébrer les petites réalisations, comme la tenue d'une conversation fructueuse avec un client. Bien souvent en vente, on célèbre seulement une fois l'affaire conclue. Essayez de changer cette mentalité pour montrer à vos équipes que vous appréciez leurs efforts en ces temps difficiles.

