
Groupe Records Consultants Innovation

www.groupe-rc.com



Investir dans l'innovation, c'est bien Investir dans sa commercialisation, c'est indispensable

Groupe Records Consultants est une société de formation spécialisée dans le développement commercial.

Notre savoir-faire, notre cœur de métier est de vous accompagner pour :

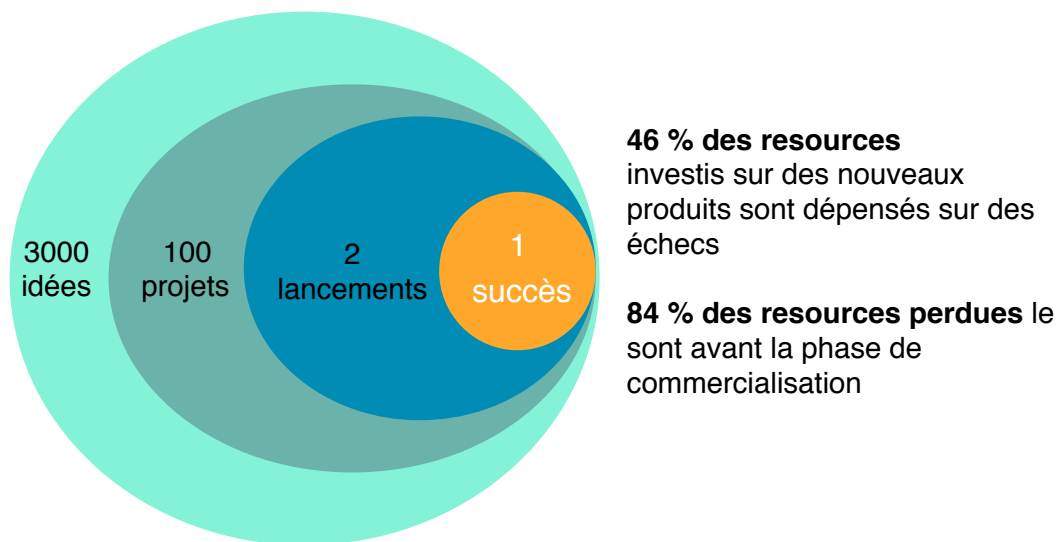
- Découvrir comment faire d'une innovation, un succès commercial
- Gagner de nouveaux clients
- Optimiser votre force commerciale lors du lancement d'une innovation
- Vous aider à réussir lorsque vous quittez votre zone de confort

L'échec commercial d'une innovation peut avoir de nombreuses causes¹

Plusieurs études montrent l'importance du facteur humain dans le succès commercial d'une innovation

- L'importance des relations avec toutes les parties
- Le mécanisme du Feedback Loop
- Révéler les besoins et motivations de vos clients
- Les risques encourus lorsque vous sortez de votre zone de confort
- Savoir articuler les avantages pertinents de votre offre

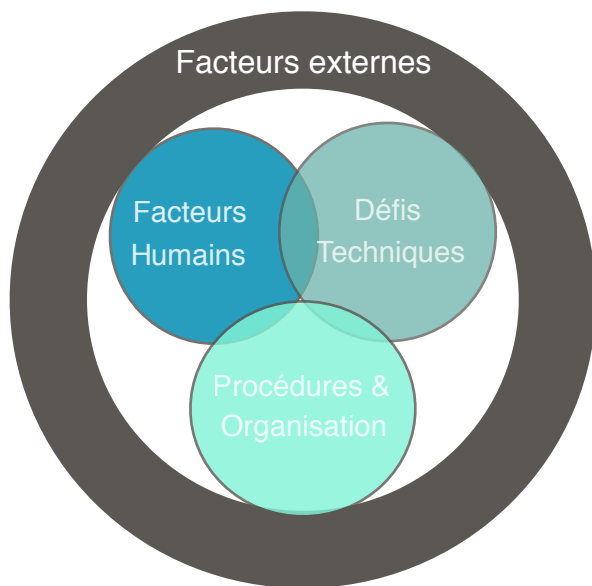
L'importance de la phase commerciale



Sans une collaboration étroite avec les acteurs de la phase commerciale, vous réduisez vos chances de succès et augmentez le coût d'un échec.

¹ When Innovation is doomed to fail - Detecon consulting

Les défis durant la phase d'exécution d'une innovation



Une innovation requière un réseautage et une communication optimum pour se transformer en succès commercial. Optimiser votre force de vente pour les transformer en acteurs et agents de votre succès commercial.

Lors d'une innovation, vous sortirez de votre zone de confort



Faites-vous accompagner dans votre programme d'innovation pour en maximiser le succès avec des compétences et des outils qui vont mettre toutes les chances de votre côté.

La Feedback loop - boucle de rétroaction



Conservez un flux d'information constant et interactif pour maintenir la participation et l'engagement des parties prenantes (vos distributeurs, votre agence de communication, votre expert-comptable, vos clients préférés)

Vous créez ainsi des attentes et un engagement de leur part, qui vous assisteront dans le programme d'innovation.

Sans cette boucle de rétroaction active (ou cercle vertueux) entre les décisionnaires et les parties prenantes, de nombreux programmes d'innovation courent à l'échec. Considérez utiliser vos ressources existantes ou externes afin de mettre en oeuvre une boucle de rétroaction et optimiser votre succès commercial.



Cette boucle est d'autant plus importante si vous ne disposez pas d'une structure et de moyens dédiés à l'innovation en interne.

Toute innovation a besoin d'un accompagnement commercial fort

Nos commerciaux doivent aller sur le terrain, à la rencontre de prospects et ou de clients en étant convaincu du pourquoi cette innovation va se vendre, et en étant également convaincu que même si cette innovation est « géniale », elle ne va pas se vendre toute seule; « Il faudra être bon! »

Nous devons les doter des compétences et des outils nécessaires pour être motivés et réussir.

Pour ces raisons il nous faut :

- Savoir si cette innovation se situe dans « une économie de l'usage » ou bien dans « une économie de société de consommation »
- Comprendre concrètement pourquoi elle va se vendre
- Intégrer le fait que l'important ce n'est pas ce que nous vendons, mais comprendre que l'important c'est ce que cela apporte aux clients
- Lister les notions de gains, d'intérêts ou bien les notions d'envie, de plaisir
- Transformer toutes ces notions en langage client
- Comprendre concrètement pourquoi cette innovation risque de ne pas se vendre et trouver les solutions
- Formaliser cette démarche commerciale et entraîner la force de vente afin qu'elle ait un discours positif et convaincant
- Définir les bonnes cibles
 - Comment les aborder
 - Comment leur donner envie
 - Comment conclure et ou relancer
- Définir le mode de suivi managérial dont votre équipe de vente a besoin pour rester motivée et performante



Pour une conversation informelle avec un consultant naviguez
<http://www.groupe-rc.com/#!prise-de-rendez-vous/hsvdq>