

# La solution d'affaires



JANVIER 2008

INFORMATION COMMERCIALE DESTINÉE À LA CLIENTÈLE AFFAIRES

## QUESTION

**Comment satisfaire les clients si je ne peux pas garantir un rabais comme le fait mon concurrent?**

Pour augmenter votre part de marché et soutirer des clients à vos concurrents, vous avez trois (3) options :

### **Première option :**

Assurez-vous que le prix de vos produits ou services soit moins élevé que ceux de vos concurrents. Mais si vous gagnez des clients par le prix, vous allez également en perdre si vous n'êtes pas le moins cher. En choisissant cette approche, vous devrez toujours être le moins cher sur le marché.

### **Deuxième option :**

Soyez persévérant et créatif en vous assurant que votre clientèle potentielle entende parler de vous régulièrement que ce soit par des visites, des appels téléphoniques, des courriels ou par toutes autres formes de communication. Lorsque le client que vous sollicitez aura un problème avec son fournisseur actuel, il saura que vous êtes prêt à l'accueillir. Cette approche est la plus utilisée par les vendeurs, mais elle prend beaucoup de temps à donner des résultats, lesquels sont souvent très ordinaires.

### **Troisième option :**

Apportez une valeur ajoutée au client en développant, chez vous, un haut niveau d'expertise. Communiquez avec le client en lui posant des questions sur l'utilisation qu'il fait du produit, ayez une bonne connaissance de ses opérations et donnez-lui des idées pour qu'il soit plus efficace et plus productif. Faites-lui la démonstration que vous pouvez l'aider à obtenir ce qu'il désire plus rapidement, et ce, grâce à vous. Cette option n'est pas toujours facile à réaliser, et c'est tant mieux, sinon tous les vendeurs l'utiliseraient et il faudrait trouver autre chose pour se différencier de la concurrence.

En résumé, appliquez-vous à améliorer, chaque jour, votre niveau d'expertise et tôt ou tard vous deviendrez un expert dans ce que vous faites et votre client en bénéficiera. Prenez soin de choisir un marché distinct afin que votre expertise se développe plus rapidement et qu'elle devienne un avantage concurrentiel important.

Jean-Pierre Lauzier, conférencier et coach d'affaires.

Cet article provient de [LaPresseAffaires.com](http://LaPresseAffaires.com).