

(Download pdf ebook) File size: 71.Mb

Transformer vos meilleurs prospects en clients réels: La méthode des leads



Par Sbastien Lacombe, Laurent Horwitz, Gilles Mounissens, Nicolas Dugay
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes : #216961 dans eBooksPubli le: 2012-01-26Sorti le: 2012-04-19Format: Ebook Kindle

(Download pdf ebook) Transformer vos meilleurs prospects en clients réels: La méthode des leads

Par Sbastien Lacombe, Laurent Horwitz, Gilles Mounissens, Nicolas Dugay :
Transformer vos meilleurs prospects en clients réels: La méthode des leads before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Transformer vos meilleurs prospects en clients réels: La méthode des leads:

Download

Read Online

Description :

Présentation de l'auteur
Votre politique d'acquisition clients est-elle cohérente ? Votre entreprise est-elle organisée pour se développer grâce à eux ? Comment optimiser la gestion de vos prospects ? Comment mettre en place un plan de communication pour les prospects perdus ? Comment se différencier véritablement de la concurrence ? Basé sur trois adages sous-estimés en entreprise - "Ce qui ne se mesure pas n'existe pas", "Quand on fait comme avant, on a, au mieux, les résultats d'avant", "La porte du changement doit s'ouvrir de l'intérieur de votre entreprise" -, ce livre propose des méthodes et actions marketing et commerciales résolument tournées vers le résultat et la performance pour l'entreprise. Il répond des questions aussi essentielles que :

Comment organiser votre processus de vente ? Qu'est-ce qu'une bonne gestion de vos Leads/Prospects ? Comment valuer et maîtriser vos coûts d'acquisition clients ? Que mettre en place pour influencer votre client positivement dès la première prise de contact par téléphone ou en face à face ? Comment comprendre le délai de réaction d'un client ? Quel est l'impact de la rapidité de traitement d'un prospect dans le taux de transformation des ventes ? La nouvelle méthodologie proposée ici, la méthode des LEADS, est basée sur des chiffres précis et vérifiés. Elle est d'une grande efficacité et vous aidera à redonner une vraie dynamique à votre activité. Présentant de nombreux exemples et enrichi d'exercices et de conseils, cet ouvrage intéressera, non seulement les directions générales, les directions commerciales et marketing mais aussi tous les commerciaux qui sont en rapport quotidiennement avec des clients.

Présentation de l'auteur
Votre politique d'acquisition clients est-elle cohérente ? Votre entreprise est-elle organisée pour se développer grâce à eux ? Comment optimiser la gestion de vos prospects ? Comment mettre en place un plan de communication pour les prospects perdus ? Comment se différencier véritablement de la concurrence ? Basé sur trois adages sous-estimés en entreprise - "Ce qui ne se mesure pas n'existe pas", "Quand on fait comme avant, on a, au mieux, les résultats d'avant", "La porte du changement doit s'ouvrir de l'intérieur de votre entreprise" -, ce livre propose des méthodes et actions marketing et commerciales résolument tournées vers le résultat et la performance pour l'entreprise. Il répond des questions aussi essentielles que :

Comment organiser votre processus de vente ? Qu'est-ce qu'une bonne gestion de vos Leads/Prospects ? Comment valuer et maîtriser vos coûts d'acquisition clients ? Que mettre en place pour influencer votre client positivement dès la première prise de contact par téléphone ou en face à face ? Comment comprendre le délai de réaction d'un client ? Quel est l'impact de la rapidité de traitement d'un prospect dans le taux de transformation des ventes ? La nouvelle méthodologie proposée ici, la méthode des LEADS, est basée sur des chiffres précis et vérifiés. Elle est d'une grande efficacité et vous aidera à redonner une vraie dynamique à votre activité. Présentant de nombreux exemples et enrichi d'exercices et de conseils, cet ouvrage intéressera, non seulement les directions générales, les directions commerciales et marketing mais aussi tous les commerciaux qui sont en rapport quotidiennement avec des clients.

Biographie de l'auteur
Les auteurs Nicolas Dugay, Laurent Horwitz, Sébastien Lacombe sont des spécialistes de l'efficacité commerciale. Sportifs de haut niveau (l'un a été footballeur professionnel en Italie, l'autre en équipe nationale de ski et le troisième l'Université du Sport). Ils savent atteindre leur objectif et ont mis cette expérience à profit dans le domaine commercial où ils travaillent tous trois aujourd'hui. Nicolas Dugay a publié déjà chez Maxima " Convaincre c'est facile" et "Recadrer sans stress" .