

ANALYSE DU SONDAGE :
Mieux se vendre en tant que Coach
Septembre 2012

I – Les questions les plus fréquemment posées :

1. L'identité du coach :

- Le positionnement du coach, sa spécialisation, sa différenciation
- Comment se connaître
- Le conflit de la posture du coach et de la posture du commercial

2. Le RDV :

Comment obtenir un RDV ?

Argumentaire :

- Comment expliquer le coaching ?
- Comment déclencher la vente/ conclure un RDV ?
- Comment faire le RDV ?

3. Comment trouver des clients ?

4. Le besoin d'une formation avec des outils :

- Une méthode pour se présenter
- Du travail individuel et collectif
- La possibilité de se mesurer

5. La communication, le marketing :

- Les outils,
- Comment se faire connaître ?

6. Le contrat :

- Quel est le bon prix ?
- Comment l'aborder avec le client ?

Efficacité et Performance Commerciales

23, rue de la Croix de Reboul - Agglomération de Montpellier - 34160 Sussargues
Tél.: 04 67 86 10 04 - Mobile : 06 82 69 70 83 - e-mail : claude.arribas@anse.fr - www.anse.fr
SARL au capital de 7 500 € - Siret : 447 624 297 00019 - APE : 7022Z

II – Vos problèmes les plus souvent rencontrés :

- 1. Trouver de nouveaux clients**
- 2. Pour vous présenter**
- 3. Vos à-priori avec « la vente »**
- 4. Au niveau des RDV :**
 - Les difficultés rencontrées face au prospect
 - Faire des ventes,
 - Signer des contrats

III – Ce que vous avez essayé et qui n’a pas fonctionné pour trouver des clients :

- 1. Le réseau**
- 2. La prospection**
- 3. Le contact avec le prospect**
- 4. Au niveau des entreprises**
- 5. Le bouche à oreille et la recommandation**
- 6. Vous n’avez rien essayé**
- 7. Faire du gratuit, brader les prix**
- 8. Les marchés publics**

IV – Votre programme de formation idéal

- 1. Avec du coaching avec :**
 - Du concret,
 - des témoignages,
 - des mises en situations,
 - de la pratique,
 - des exemples
- 2. Une méthode et des outils :**
 - Pour apprendre à mieux se connaître et se présenter
 - Une démarche fiable à suivre
 - Des conseils réalisables qui puissent être mis en œuvre rapidement et progressivement

3. Une offre :

- Avec une période d'essai
- Avec des avantages

4. Un échange avec un groupe (partage d'expériences, témoignages)

V – Un programme incroyable serait d'après vous :

1. Au niveau du contenu :

- La preuve que vendre du coaching est possible
- Du coaching et échange de groupe
- Des exercices et une méthodologie
- Des jeux de rôles ou ateliers
- Réussir à décrocher un contrat durant la formation

2. Avec des résultats immédiats

3. Avoir un formateur - coach qui donne des moyens pour réussir