

# L'art de rédiger une proposition commerciale performante

- **Augmentez** votre taux de conversion
- **Raccourcissez** vos délais de signature
- **Différenciez-vous** de vos concurrents

# L'importance de la proposition commerciale dans la décision d'achat

Le décideur va la lire, la comparer à celles des concurrents, la partager à d'autres personnes au sein de l'entreprise qui n'ont peut être pas participé au processus commercial.



Un réel outil au service de la vente, c'est elle qui va **transformer** votre prospect en client.



La proposition commerciale compte pour **35%** dans la décision d'achat.



C'est le **critère le plus important** aux yeux des décideurs, devant l'entretien commercial.



1.

Rédaction et présentation

# Une proposition à l'image de l'entreprise

La proposition commerciale doit être l'objet d'un contenu riche, détaillé et **personnalisé**.

Pour autant, **la forme ne doit pas en être oubliée** :



- Choisir une présentation graphique **simple, aux couleurs de l'entreprise**, afin de visualiser **facilement** l'information ;
- Mettre en gras certains éléments du texte comme les **arguments forts** ;
- Rédiger des paragraphes courts pour une **meilleure mémorisation** ;
- **Illustrer votre argumentation** avec des schémas ou des infographies pour proposer un document clair et agréable à lire

# Faciliter la lecture du document

Votre prospect n'est pas expert dans votre domaine.



Ne pas utiliser de termes trop spécifiques. Vous gagnerez en clarté, et votre prospect sera plus enclin à vous faire confiance.

Votre prospect manque de temps et veut aller à l'essentiel.



Eviter une proposition trop volumineuse : une dizaine de pages suffisent. Accompagner la proposition de documents en annexes si nécessaire.

Soyez proche des problématiques de votre prospect.



Raconter toujours la même histoire : celle de la « douleur » qu'éprouve votre prospect et comment votre société va parvenir à le soulager !



2.

Quels sont éléments qui  
composent la proposition  
commerciale ?

# Exemple de plan d'une proposition commerciale

1. Page de garde
2. Contexte et problématique du client
3. Objectif du client
4. Solution apportée – Bénéfices clients
5. Description de la prestation
6. Devis + tableau de cotation
7. Conditions de paiement
8. Livrables
9. ANNEXE 1 : Présentation de votre société
  - Activité
  - Référence avec logos connus (SNCF, Michelin, etc.)
10. ANNEXE 2 : Conditions générales de ventes
11. ANNEXE 3 : Autorisation de prélèvement

## CONSEIL 1

Le prix de vos prestations ne suffit pas pour convaincre votre prospect. Il a besoin d'évaluer si vous avez bien compris sa problématique, si votre solution y répond et si la rentabilité est au rendez-vous.

## CONSEIL 2

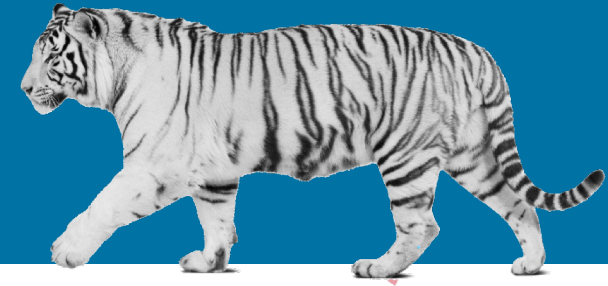
Les personnes qui vont lire votre proposition n'ont pas forcément suivi le processus commercial depuis le début. Celle-ci doit donc reprendre l'ensemble des informations échangées lors de l'étude du projet et permettre à ces personnes de comprendre les tenants et les aboutissants de votre plan d'actions.





# La page de garde

Retenir l'essentiel en 1 coup d'oeil



## COMPOSITION :

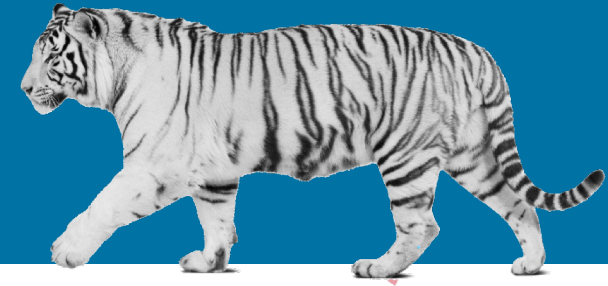
- Logo ;
- Titre ;
- Nom de l'entreprise prospectée ;
- Nom de votre entreprise avec les coordonnées du commercial en charge du dossier ;
- Date, référence, version ;
- Le titre « Proposition commerciale pour entreprise X » est trop banal, pour avoir plus d'impact, optez plutôt pour un titre qui résume votre offre. Exemple dans le cas d'offre de marketing : « Solution digitale de développement commercial ».





# La 1<sup>ère</sup> partie

Se concentrer sur les besoins du prospect



## COMPOSITION :

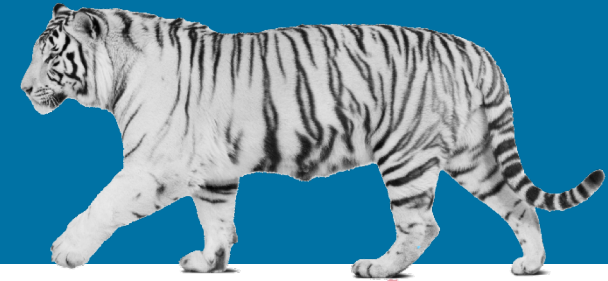
- **Personnalisez** votre proposition en mettant en avant votre prospect :
  - En présentant le contexte
  - En exposant les problématiques qu'il rencontre.

Il faut qu'il ressente que vous l'avez bien écouté lors du dernier entretien. Vous lui montrez ainsi que vous avez **cerné ses besoins** et ceci sans donner de leçon. Les phrases peuvent **par exemple** commencer par « vous estimez que... », « vous constatez que... ».



# La 2<sup>ème</sup> partie

Démontrer que votre solution est la meilleure réponse aux besoins de votre client



## COMPOSITION :

- Solution apportée et **bénéfices pour le clients**
- Description de la prestation

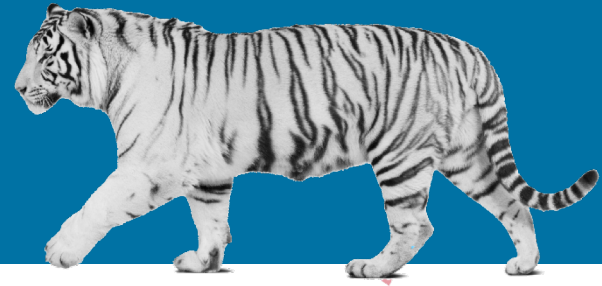
La deuxième partie du document explique **comment votre entreprise peut répondre aux attentes du client**. Faites le lien entre les problématiques du prospect et la capacité de l'entreprise à y répondre.

Il est également conseillé de citer des **références** auxquelles vos clients peuvent s'identifier (même secteur d'activité, même taille ou marché ciblé etc.). Vous pouvez aussi insérer les logos des labels, ou certifications obtenus sur vos produits ou services.



# La 3<sup>ème</sup> partie

Chiffrer votre offre



## COMPOSITION :

- Devis + tableau de cotation

Cette partie affiche le **détail de la proposition tarifaire** sans oublier les éventuels éléments qui peuvent intervenir à terme ou en amont du projet.

# 3. Les bonnes pratiques

1. Attention au délai, pour une proposition très simple, envoyez sous 24h. Pour une proposition plus complexe prenez du temps avant de l'envoyer, où votre travail peut être perçu comme bâclé.
2. Appliquez-vous lors de la rédaction du mail qui accompagne la proposition commerciale, il ne doit contenir aucune faute d'orthographe. Pensez à proposer des **modèles** d'e-mails à vos commerciaux.
3. Pour éviter d'alourdir le contenu de la proposition commerciale, complétez-la avec des documents en annexes.
4. Rassurez vos clients en indiquant vos **références** (logos, anciens projets similaires, ...), et les conditions de vente.
5. Pour être plus rapide que vos concurrents, assurez vous d'avoir mis en place un processus **simple** et **rapide** pour générer des propositions commerciales.
6. La proposition doit permettre de passer à l'acte **rapidement** ; elle doit donc contenir tous les éléments nécessaires en un seul document : CGV, mandat de prélèvement, etc.

Des outils CRM comme GRC Contact **automatisent** la génération de vos propositions commerciales à partir de modèles personnalisables.

Voir nos modèles sous Word

# Découvrez GRC Contact en seulement 3 minutes

[Cliquez ici pour voir la vidéo](#)



## Testez GRC Contact dès aujourd'hui

Essai gratuit

# Un outil pour votre performance commerciale

Le logiciel GRC Contact est un CRM qui **automatise** l'édition et la gestion de vos propositions commerciales. Vous gagnerez un temps précieux, tout en **fiabilisant** et en **optimisant** votre processus de vente.

- **Garantissez** le respect de l'image de votre entreprise
- **Gagnez 50% de temps** dans la rédaction des devis
- **Réduisez** le nombre d'erreurs dans les devis
- **Facilitez** votre suivi commercial
- **Personnalisez** totalement vos documents
- **Distinguez-vous** de la concurrence avec des propositions **complètes** et **attrayantes**

Je suis à votre disposition !



Julien Talmon

+33 (0)4 42 29 77 94