

STRATÉGIE COMMERCIALE

EXEMPLES DE STRATÉGIE
COMMERCIALE

INTRO

Il existe probablement autant d'exemples de stratégies commerciales que d'entreprises en activité. Mais dans votre cas, quelle est la bonne stratégie commerciale à adopter ?

La stratégie commerciale idéale est celle qui maximise la rentabilité et la pérennité de votre entreprise sur une période définie en tenant compte de vos ressources actuelles et potentielles. La réalisation d'un bilan régulier des actions menées permet de déterminer où réinvestir.

EXEMPLE 1: Élargir son offre auprès de ses clients existants

Pas besoin d'aller chercher très loin...

Vos clients actuels sont une source d'information indétrônable.

Ils peuvent donc vous guider pour choisir la meilleure stratégie commerciale à adopter.

Vous pouvez leur proposer une solution complémentaire à l'offre que vous avez déjà pour maximiser votre potentiel de revenus sur ces comptes existants.

Assurez-vous d'avoir véritablement repéré que le besoin est fort avant de partir dans de grands projets. Votre entreprise peut dans le cadre de cette stratégie commerciale s'orienter vers le partenariat avec d'autres sociétés et former des synergies.

Par exemple, en tant qu'entreprise de création de sites internet, vous pouvez développer un partenariat avec un freelanceur qui réalise des applications mobiles pour les mêmes cibles que vous.

EXEMPLE 2 : Approcher les grands comptes

Pour certaines sociétés, réaliser l'essentiel de leur activité en approchant les grandes entreprises leur permet de propulser leur potentiel de croissance.

De cette manière, elles se confrontent aux problématiques d'une seule entreprise plutôt que de devoir en gérer plusieurs.

Il est important de garder à l'esprit que les processus d'achat des grandes entreprises sont aussi plus longs et vous mettent en compétition au maximum pour négocier les prix.

Cette stratégie commerciale sera fortement basée sur la personnalisation de votre solution à ces grands comptes que vous ciblez.

EXEMPLE 3 : Se concentrer sur une offre unique et la maitriser

Parfois la bonne stratégie commerciale à adopter est simplement de conserver et d'améliorer sa démarche actuelle.

Se concentrer sur une offre unique permet de renforcer la maîtrise des coûts ainsi que sa notoriété sur une spécialité. Dans le cadre de cette approche, vos ressources sont mobilisées pour améliorer un nombre restreint de produits et de services.

Cela vous conduit également à améliorer la valeur ajoutée de votre solution par rapport à vos concurrents. Pas de risque de vous éparpiller, votre force de vente sera également concentrée sur un processus de vente unique et cela peut vous aider à conclure plus de ventes.

Par exemple, un éditeur de solutions informatiques du type CRM peut offrir des fonctionnalités poussées et personnalisables à souhait aux départements commerciaux.

EXEMPLE 4 : Adopter une stratégie commerciale freemium

Ici, l'objectif est de proposer une solution gratuite qui résout une problématique commune dans votre marché. Ce produit ou service est ainsi adopté, car tout le monde aime ce qui est gratuit et utile.

S'ils souhaitent améliorer leur expérience d'utilisateurs, ils peuvent accéder à des fonctionnalités très utiles qui sont elles payantes. Votre stratégie commerciale consiste ainsi à vendre des avantages payant sur un produit en les personnalisant à votre cible.

Cette stratégie commerciale est largement adoptée par les entreprises de type SaaS (software as service). Elle est très efficace... lorsqu'elle est bien gérée et requiert beaucoup de patience.