



## FICHE SAVOIR MARKETING

### Les formes de vente

Pour être performant le commercial aujourd'hui doit savoir évoluer dans tous les secteurs d'activité, avec tout type de clientèle, et quelle que soit la forme de la relation client, en face-à-face (présentiel) ou à distance.

#### ► Rappelons le processus de vente traditionnelle



La vente en présentiel englobe tout le processus de vente en face-à-face.

#### ► Les nouvelles formes de vente digitales

- **Le social selling, ou la « vente sociale »**

Il ne s'agit pas seulement de vendre vos produits et/ou services par le biais des réseaux sociaux. Il s'agit plutôt d'une **écoute proactive qui permettra à vos commerciaux de mieux connaître vos prospects**, afin de leur proposer la solution la plus adéquate possible.

- **Inside sales, un renouveau du télémarketing**

La méthode de l'*inside sales* se rapproche du télémarketing dans le sens où les commerciaux qui s'en chargent rentrent en contact direct avec les prospects, par téléphone ou par *e-mail*.

Un *like*, un partage sur Facebook ou LinkedIn peuvent suffire à déclencher le processus : vos *inside sales representatives* doivent alors transformer ces données, parfois infimes, en opportunités de vente, notamment en proposant un parcours adapté au prospect.

- **Le marketing de contenu**

Le marketing de contenu consiste à analyser le besoin des internautes ainsi que tous les contenus pour influencer le comportement du lecteur, et ainsi créer du trafic sur un site internet marchand.

- **La vente à distance**

Outre le e-commerce, la vente à distance englobe la vente sur catalogue, la vente en boutique éphémère, la vente par téléphone, par e-mailings, par visioconférences.