

## **FEUILLE DE ROUTE DU MASTER COACH'EA MISSION & ARGUMENTAIRE VENTE**



**On est toujours plus fort quand on sait !**

### **Partie I Mission du Master Coach'Ea**

Mission  
Objectifs professionnels  
Objectifs commerciaux  
Offre commerciale  
Entreprises à prospector  
Interlocuteurs préférentiels  
Formes juridiques possibles

**Time is money, business is Ea !**

### **Partie II Argumentaire vente**

Présentation de l'Ea  
Arguments d'attaque  
Poser des questions  
Objections principales  
Principales références

**Knowledge is yours !**  
*La connaissance vous appartient !*

## MISSION du MASTER COACH'EA (*prononcez coatch'i*)



### 2 objectifs prioritaires

1. Etre reconnu comme **Consultant spécialisé dans l'Economie d'affaires (EA)**, c'est-à-dire l'aspect amont du Business qui **génère** les ressources (par opposition à l'aval qui gère les ressources : finance, gestion, comptabilité, fiscalité).
2. Pénétrer au minimum **10% du monde professionnel** (au sens le plus large) par le biais d'outils (40 modules), propagation d'une culture fondamentale et universelle propre à l'Ea, ainsi que par un transfert technique de savoir (formation, consulting, ingénierie). Au besoin, proposer le téléchargement gratuit d'un module ou encore les services de Testing et Helping... Tout le jeu commercial consiste donc à faire glisser l'interlocuteur d'une posture défensive, incrédule, voire hostile, vers une motivation favorable et engagée vis-à-vis de l'EA. Cette démarche d'entrisme de l'Ea dans l'entreprise suppose 4 temps forts :

1. Découverte (RDV + visite du site + Téléchargement gratuit)
2. Solutionnement d'un problème précis (Testing, Helping)
3. Appropriation par la Direction (CD-Rom à l'unité)
4. Programme de progrès collectif (licence, formation, consulting)

### Un positionnement clair

L'image du Master Coach'EA dans les TPE et PME est celle d'un **Consultant-formateur expert** des prix dont les services sont complémentaires en amont de ceux du comptable ou de l'expert-comptable.

1. Le Master Coach'Ea doit être considéré comme un **Spécialiste amont des affaires** dans le domaine du chiffrage des prix et de la négociation tarifaire en vue d'apporter des solutions concrètes et efficaces. Il est en quelque sorte l'alter ego du comptable, du gestionnaire ou de l'auditeur qui eux se situent en aval des affaires.
2. Le Master Coach'Ea est un **Homme solution, un Monsieur Prix** (ou une femme naturelle) qui améliore le business des entreprises par 4 voies :
  - . Vente & Négociation tarifaire fournisseur
  - . Achats & Négociation tarifaire client
  - . Pricing dirigeant avec construction et variation du Prix de Revient et PV
  - . Appuis au progrès commercial (Formation coaching, consulting, ingénierie)
3. Le Coach'Ea est un **partenaire de l'entreprise** agit en toute confidentialité avec **obligation de réserve et obligation de moyens** avec les outils proposés (mais pas de résultat).
4. Le Coach'EA est également un **Transmetteur de compétences** qui apporte des ressources complémentaires à la maîtrise du business via la Négociation assertive et la culture professionnelle.

## 4 principales missions

**1. Conseiller, former, coacher et améliorer** les performances individuelles et opérationnelles des commerciaux, équipe de vente, réseau de distribution, acheteurs, managers décisionnaires, dirigeants de PME-TPE, entrepreneurs... ainsi que les personnels impliqués plus ou moins directement dans l'administration des ventes, les devis, le marketing, le montage de projet...

**2. Equiper les acteurs opérationnels** avec des outils concrets (dotation en caulettes vente, achats, négociation et/ou CD-Rom Manager ; création de logiciels de calcul sur-mesure)

**3. Diffuser l'Economie d'affaires** au sein des entreprises et auprès des étudiants du supérieur (séminaire, vacation, atelier, conférence, salon...) sachant qu'il existe en France et Dom-Tom : 600 000 commerciaux, 40 000 acheteurs, 2 millions de cadres décisionnaires, 2 millions de dirigeants de TPE, entrepreneurs et auto-entrepreneurs sont concernés par l'Economie d'affaires de près ou de loin, de manière directe ou indirecte, aujourd'hui ou demain...

**4. Favoriser les 5 conditions du "Business durable"** en entreprise, à savoir :

- . Culture du Donnant-Donnant et du Gagnant-Gagnant dans les affaires courantes
- . Contribuer à la négociation assertive (qualité de la communication d'affaires, principes d'affirmation de soi, réciprocité, offensivité, loyauté...)
- . Recours aux 12 principes actifs de la méthode "R" en Economie d'affaires
- . Inciter à l'enrichissement constant de la culture professionnelle (formation, autoformation, informations utiles via dossiers, articles, Maxi MémoPro...)
- . Offre de prix low-cost pour faciliter une accessibilité à tous

## Un arbitrage permanent

L'action commerciale et de sensibilisation doit être variée et multiple en évitant de se concentrer uniquement sur une cible précise (Ex.: TPE pour vendre des CD). La prospection doit toucher simultanément des interlocuteurs à court terme mais aussi à moyen terme et long terme.

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| . Artisans, commerces      | = vente de modules unitaires / CD-Rom                                 |
| . TPE                      | = vente directe de CD-Rom / formation inter                           |
| . PME                      | = vente de licence / formation inter                                  |
| . Grands comptes           | = modules sur-mesure / licence / formation intra / consulting         |
| . Organismes de formation  | = vacations en EA / organisation d'un séminaire commun                |
| . Revendeurs informatiques | = animation sur le lieu de vente / stock CD                           |
| . Partenaires divers       | = présentation à un réseau de dirigeants / présence sur stand / salon |

## Constitution d'un mini réseau régional

Il est recommandé de prendre contact très rapidement avec des partenaires divers :

- . Réseaux locaux (CCI, JCE, DCF, CJD, créateurs d'entreprise, membres Viadeo...)
- . Revendeurs informatiques
- . Prescripteurs divers : cabinets conseils, SSII, autres consultants, formateurs free lance...
- . Organismes de formation dispensant des formations commerciales et de management (voire Carif régional)
- . Médias locaux en leur adressant un communiqué de presse pour annoncer votre activité

[Retour](#)

## OBJECTIFS PROFESSIONNELS



### 20 possibilités offertes par l'EA pour faire du business

#### 1. Découvrir par la prospection le tissu industriel, commercial et artisanal de la région, grâce à la carte «Economie d'affaires» afin de :

- 1.1 Trouver des opportunités d'affaires autres que l'EA
- 1.2 Prendre des contacts pour un futur emploi
- 1.3 Se faire connaître des organismes de formation/revendeurs/prescripteurs/médias

#### 2. Vendre des CD-Roms Manager et licences pour équiper chaque service commercial et service achat des TPE-PME via :

- 2.1 Téléchargement à l'unité
- 2.2 CD-Rom (Manager 3, 4, Titanium) à l'unité
- 2.3 Licence globale pour utilisation interne d'un CD-Rom (TPE, PME, Grands comptes)
- 2.4 Principe du 5-3-1 (Dotation gratuite des commerciaux avec partenariat en % sur résultat annuel)

#### 3. Proposer des formations EA

- 3.1 inter entreprise animée par moi (organisation seule ou avec un partenaire local)
- 3.2 intra entreprise animée par moi (organisation seule)
- 3.3 inter entreprise animée par D. Reuter (avec rétrocession commission)
- 3.4 intra entreprise animée par D. Reuter (avec rétrocession commission)
- 3.5 intervenir comme vacataire dans un organisme de formation (interventions seule)

#### 4. Faire du consulting

- 4.1 Audit force de vente - rapport de situation/progrès possible
- 4.2 Formation ciblée/Coaching personnalisé

#### 5. Ingénierie EA

- 5.1 Réalisation de calculatrices ciblées à usage spécifique du réseau de vente
- 5.2 Revente de logiciels de gestion (proposer un pack de logiciels disponibles sur le marché)
- 5.3 Revente de droits d'utilisation de différents services Men3

#### 6. Développement d'un réseau régional

- 6.1 Réseau de formateurs/vacataires
- 6.2 Réseau de revendeurs en magasin
- 6.3 Réseau de prescripteurs/apporteurs d'affaires

[Retour](#)

## OBJECTIFS COMMERCIAUX DU MASTER COACH'EA



### Les 10 marchés de l'EA

Produit + Formation + Services dans une niche sans concurrence et avec des prix low cost :

- . Vente de modules à l'unité via téléchargement (5 à 45€)
- . Vente de CD-Rom à l'unité (100 à 200€)
- . Vente de licence (1 000 à 2 000€)
- . Séminaire de formation inter entreprises (2 000 à 5 000€)
- . Formation intra entreprise (1500 à 3 000€)
- . Vacation dans organisme de formation (300 à 800€)
- . Consulting (500 à 5 000€)
- . Ingénierie (500 à 10 000€)
- . Gestion régional d'un réseau de revente
- . Commission sur apport d'affaires vers d'autres régions

Le % de remise à consentir est libre à partir de la dotation, stock, prestation perso du Master Coach'Ea.

### Licences

Il existe 6 types de licences pour les CD-Roms avec une moyenne de 30 à 75% de remise inclus :

- |                            |                                  |
|----------------------------|----------------------------------|
| . Licence unitaire de base | : 1 poste ou 1 utilisateur       |
| . Licence Team             | : 2 à 4 postes ou utilisateurs   |
| . Licence TPE              | : 5 à 10 postes ou utilisateurs  |
| . Licence PME              | : 11 à 20 postes ou utilisateurs |
| . Licence Grands comptes   | : 21 à 40 postes ou utilisateurs |
| . Licence spécifique       | : + 41 postes ou utilisateurs    |

### 3 Possibilités de commande

- . Bon de commande traditionnel
- . Dépôt sur place avec paiement cash
- . Commande en ligne (téléchargement immédiat)

### 3 types de supports au choix

- . Téléchargement
- . CD-Rom/DVD
- . Clé USB

### Configuration de base

- . CD optimisé pour Windows XP et suivants (90% du marché actuel) pas pour Mac
- . Logiciels intégrés Adobe Reader 7, PowerPoint et Flash Player 9
- . 3 compléments inclus : Brief technique (PDF), Mémo explicatif (PPT), Quiz (Flash)
- . Clé d'activation numérotée
- . Assistance locale : mail..... et métropole : [contact@men3.fr](mailto:contact@men3.fr)

[Retour](#)



## ENTREPRISES À PROSPECTER



- . TPE, artisans, commerçants, professions libérales = Collection Manager à l'unité + Formation inter
- . PME, Grands comptes, collectivités territoriales = Licences + Formation intra/inter + Ingénierie
- . Organismes de formation = Licence + Vacation + Montage formation inter
- . Revendeurs informatiques, médiathèques, librairies = Packs minimum de CD-Rom
- . Médias, CCI, Chambre de métiers, associations emplois aides aux créateurs d'entreprises = Partenariat sur mesure

## INTERLOCUTEURS PRÉFÉRENTIELS



- . Dirigeant TPE
- . Directeur commercial ou directeur des ventes (PME - Grands Comptes)
- . Directeur des achats
- . Directeur financier ou administratif
- . Responsable service formation
- . Responsable service marketing
- . Chef de projet
- . Créateur d'entreprise, Auto entrepreneur

Prendre les adresses mails de tous les cadres supérieurs et du middle management

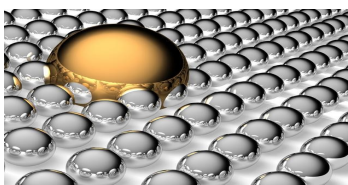
## FORMES JURIDIQUES POSSIBLES



- . Statut d'auto entrepreneur en nom propre avec inscription uniquement à l'Urssaf (consultant-formateur)
- . Nom commercial avec inscription CCI (si revente majoritaire de produits)
- . Création société : Eurl, Sarl, SAS

[Retour](#)

## PRESENTATION DE L'EA



### 4 grandes approches

L'Economie d'affaires repose sur 4 approches destinées à apporter des solutions tarifaires à prix low cost dans la partie amont du business :

Approche 1 : Outils automatisés (40 modules + 3 CD) dans 3 domaines : Vente, Achats, Pricing

Approche 2 : Culture de base universelle (fondamentaux, notions, formules, méthode «R»)

Approche 3 : Services de sensibilisation : Testing, Helping

Approche 4 : Négociation assertive + culture professionnelle au sens large (voir rubrique News Pro)

Ces 4 approches sont visibles sur le site [www.calteos.com](http://www.calteos.com) créé par D. Reuter, fondateur des notions et des outils universels de l'Ea. Voir CV dans colonne de gauche - Découvrez l'EA - Réseau M aster Coach'Ea, (dans lequel apparaîtra également votre photo et CV en synthèse).

### Intérêt évident de l'Ea pour l'entreprise

Il s'agit d'équiper d'abord la direction commerciale (CD-Rom unitaire) puis l'ensemble de la force de vente (Licence) tout en informant le service achats et le service marketing, afin d'aider à dynamiser à la hausse le chiffre d'affaires par une meilleure rationalisation des prix et des tarifs.

**Métaphore à utiliser** : Le business c'est comme un jardin potager : on peut le cultiver pour se faire plaisir et/ou se nourrir dessus en utilisant des méthodes empiriques ou alors le rendre beaucoup plus productif et rentable en rationalisant chaque parcelle de terrain pour en extraire le maximum.

Dans cet esprit, l'EA offre 10 possibilités concrètes d'utilisation :

- . **1 à 40 modules**
- . **Série 3 CD-Rom Manager**
- . **3 Packs Premium**
- . **Pack Négociation assertive**
- . **Formation inter et intra entreprise**
- . **Vacation dans organisme de formation**
- . **Consulting**
- . **Ingénierie de caleulettes personnalisées**
- . **Partenariat 5-3-1**
- . **Accord d'exclusivité confidentiel**

Principaux liens pour s'informer sur l'intérêt de l'Ea :

**L'Ea c'est quoi ?**  
**12 offres Calteos**  
**Zoom sur les 40 caleulettes**  
**10 raisons de s'intéresser à l'Ea**  
**Vous faciliter la vie !**

[Retour](#)

## ARGUMENTS D'ATTAQUE



### 1. Positionner d'abord le sujet

Il est conseillé d'utiliser rapidement les 4 phrases suivantes de sensibilisation :

**1. Prix mal construit** : Le problème central dans les affaires commerciales c'est que tout commence à la source des prix. Si ceux-ci sont mal calculés ou mal évalués, on perd immédiatement de l'argent en cascade dans la négociation comme en terme de marge brute pouvant aller de quelques points à 10, 20 ou 30% de pertes inutiles.

**2. Notions différentes** : Un autre problème dans l'Economie d'affaires, notamment dans la grande majorité des relations vendeur/acheteur et fournisseur/client, c'est que rares sont les cas, surtout dans les premières affaires, où l'on parle exactement le même langage commercial. C'est ce problème récurrent qui crée immédiatement la méfiance, le doute, la suspicion chez l'acheteur, donc la négociation des prix à la baisse !

**3. Manque d'expertise** : Rares sont les commerciaux qui disposent d'une véritable expertise dans les prix leur permettant de compenser les remises et les conditions faites, ce qui a alors pour effet direct de détruire dans chaque affaire négociée un peu plus la rentabilité, surtout en multipliant le nombre d'affaires par le nombre de vendeurs.

**4. Problématique récurrente** : En additionnant ces 3 constats réguliers de pertes (prix mal calculé à la source + incompréhension tarifaire dans la négociation + non expertise des vendeurs) l'entreprise perd sans le savoir et régulièrement des gains importants. C'est pour cela que nous proposons des outils «scientifiques» communs en vente et achats avec une logique de calcul incontestable (10 000 lignes d'algorithmes en tout, 500 formules commerciales intégrées) ainsi qu'un référentiel universel de fondamentaux et de notions commerciales, faisant que le vendeur peut ainsi aborder le traitement de chacune de ses affaires avec force de conviction reposant sur une garantie de précision et de juste vérité des prix !

### 2. Poser la question qui tue

La première chose pour maîtriser les prix, c'est-à-dire passer de l'empirisme commercial appris sur le terrain à l'expertise professionnelle des prix, ce que tout décisionnaire peut faire et doit savoir faire, c'est de d'abord connaître les différences essentielles et les équivalences exactes qui existent, partout dans le monde, à la base du business des prix. C'est le cas, par exemple avec des notions comme le TM, le coef. multiplicateur, le coef. diviseur, le taux de marge, la différence entre Prix de Revient et PV. Si on se trompe déjà à ce niveau de départ en ne maîtrisant pas les équivalences et/ou en se trompant d'unité de calcul, tout le reste est faux et pour longtemps !

#### A votre avis, quelle différence y a t-il entre une calculette classique et un module de l'EA ?

**Réponse** : La même qui existe entre un vélo et une grosse berline confortable. Dans le premier cas, on est obligé de pédaler, au propre comme au figuré, d'y consacrer du temps et surtout beaucoup d'énergie et de fatigue. Dans le second cas, tout est confortable, rapide, sécurisant, d'une extrême simplification et d'une grande motivation, quel que soit le trajet à parcourir. Avec les modules de l'EA c'est exactement la même chose. On passe immédiatement de l'amateurisme dans le calcul des prix à une professionnalisation efficace en n'ayant plus jamais envie de revenir en arrière !

### 3. Conseils durant l'entretien

**A. Surtout ne jamais rentrer dans les détails techniques** des CD, des formules ou de la formation.

**B. En cas de question ou de demande très précise proposer une alternative :**

- . Dire que chaque module dispose d'un brief technique complet (PDF) + Mémo explicatif (PPT)
- . Faire un micro-engagement en promettant d'apporter soi-même la réponse demain à 10H par mail
- . Faire appel au service Helping qui apportera sous 48H. une réponse (prendre alors son mail)

**C. Poser régulièrement des questions sur :**

- . L'équipe commerciale (composition, nombre...)
- . La formation des vendeurs (niveau de base, ancienneté...)
- . Les outils utilisés actuellement dans l'activité commerciale
- . Quels seraient les besoins à l'idéal pour améliorer la performance managériale et commerciale

**D. Valoriser par principe tout ce que fait ou à fait l'entreprise** dans sa méthodologie, sa longue expérience commerciale, son argumentaire, ses procédures, l'utilisation du tableur excel dans la direction des ventes, l'usage de logiciels de gestion ou encore le recours au tableau de bord maison (s'ils existent).

**E. Faire simplement remarquer qu'il ne s'agit pas ici d'outils de gestion commerciale** (dont l'offre est actuellement très large sur le marché) mais d'outils commerciaux en amont du vrai business, c'est-à-dire ceux en prise directe avec le CA, la négociation tarifaire, la marge brute et la rentabilité globale.

**F. Souligner qu'il existe une complémentarité directe avec les pratiques actuelles** de l'entreprise afin de favoriser des «gains supplémentaires» en vente et/ou achats cachés ou potentiels.

**G. Affirmer que l'EA est utile pour catalyser les efforts de tous** sur un meilleur CA donc plus de primes, participation aux fruits de l'entreprise, intéressement, augmentation des salaires individuels et collectives.

**H. Dire que c'est un sujet capable de motiver les troupes** en réunion, séminaire, journal interne, messages intranet, DIF (droit individuel à la formation) mais aussi destiné à enrichir la médiathèque interne et le service documentation (knowledge management).

**I. Confirmer que les outils de l'EA permettent une triple utilisation** au travail, à domicile, en déplacement (ordinateur de bureau, portable, clé USB...).

**J. Citer quelques références d'entreprises utilisatrices** en métropole.

**K. Indiquer qu'il existe 4 niveaux d'opérationnalité dans les calculs commerciaux.** Considérer que faire des calculs via la calculette traditionnelle ou via une application sur Iphone ou blackberry c'est le niveau 1 de l'opérationnalité (car basique). Le recours au tableur excel, c'est le niveau 2 (car non partageable ni convivial). L'usage des modules EA, c'est le niveau 3 que tout professionnel décisionnaire digne de ce nom devrait disposer au minimum. Que le top, c'est le logiciel d'entreprise spécialement conçu et/ou les modules personnalisés en fonction des besoins de l'entreprise (niveau 4). Nous proposons les niveaux 3 et 4.

**L. L'expérience montre** que l'appropriation des notions et des outils de l'Ea apporte forcément une plus grande assurance professionnelle et plus grande combativité dans la partie tarifaire. Il y a l'avant et l'après !

#### L'avant EA

- . Non motivation pour les chiffres, *a priori* défavorable lié à la complication, prise de tête
- . Scepticisme, hostilité manifeste dans le rapport aux chiffres (surtout chez les femmes)
- . Posture du secret et peur de toucher aux chiffres de l'entreprise

#### L'après EA

- . Valorisation personnelle (en connaître plus que les autres)
- . Sentiment de sécurisation (ne plus avoir peur d'être berné ou manipulé)
- . Impression de compétence concrète (reconnaître les notions, dominer les formules)
- . Etre sûr de ne pas se tromper, prendre la bonne décision

#### 4. Propositions à faire en cours d'entretien

1. Proposer de **visiter ensemble le site Calteos.com** notamment :
  - . Bandeau du haut : Dire tout ce que l'on fait
  - . Colonne de gauche : Utilitaires disponibles
  - . Colonne centrale : Visite de quelques modules
  - . Colonne de droite : Offre de 3 CD - 3 Formations - Ingénierie
2. Proposer de faire gratuitement le **Quiz**
  - . Sur le site en direct
  - . En transférant le fichier ou en lui adressantDire que si la personne atteint 14 bonnes réponses vous donnez le CD-Rom Manager 3
3. Suggérer d'utiliser le **Testing gratuit** sur site notamment :
  - . Points d'équilibre (effet d'une remise et niveau de compensation)
  - . Ratios commerciaux
  - . Penalités et escompte (conditions financières)
4. Proposer de faire un **Testing payant** avec téléchargement au choix ou achat d'un CD-Rom en se revoyant dans 15 jours ou 3 semaines.
5. Mettre son interlocuteur au défi d'utiliser gratuitement le service **Helping** sur un cas concret.
6. L'encourager à faire un premier pas vers l'EA en recevant un premier **Téléchargement gratuit** et complet (avec brief et mémo explicatif) de 2 calculettes (N°3 et 21)
7. Recevoir gratuitement et amicalement notre **newsletter** avec des infos journalistiques et professionnelles utiles et pertinentes pour lui, ses collaborateurs et/ou d'autres services de son entreprise
8. Proposer de réfléchir à l'option **Partenariat 5-3-1**  
Il s'agit d'une dotation gratuite de tout l'équipement EA à chacun des commerciaux et décisionnaires de l'entreprise moyennant une rémunération uniquement au résultat avec le reversement dégressif de :
  - 5%** la 1<sup>re</sup> année
  - 3%** la 2<sup>e</sup> année
  - 1%** la 3<sup>e</sup> année

Le % est calculé uniquement sur la différence de CA HT réalisée, chaque année pendant 3 ans, à partir du CA fixé contractuellement au moment de la date d'acquisition des dotations (année départ). C'est cette année départ qui sert ensuite de témoin pour l'évolution de votre CA durant 3 ans. Nous prenons ainsi avec vous le pari de la réussite en vous accompagnant durant toute cette période !

#### Exemple

Vous augmentez de 10 points votre CA la 1<sup>re</sup> année (550k€ au lieu de 500k€) vous nous reversez 5% de 50k€ soit 2,5k€. La seconde année vous atteignez un CA de 650k€, vous nous reversez 3% de 150k€ (soit 4,5k€) et si la 3<sup>e</sup> année vous obtenez un CA de 750 k€, vous nous reversez alors 1% de 250k€ (soit 2,5k€).

Au final, vous avez gagné 450 k€ supplémentaires sur 3 ans (50 + 150 + 250) et vous nous avez reversé uniquement 9,5 k€ (2,5 + 4,5 + 2,5) soit seulement... 2,11% du CA supplémentaire. C'est pour vous un gain net de plus de 97% sans n'avoir rien déboursé pour cela. Qui dit mieux !

9. Proposer en dernier ressort un **accord d'exclusivité confidentielle** fondé sur :
  - . acquisition au minimum d'une licence Grands Comptes pour le CD-Rom Manager Titanium
  - . engagement de ne pas contacter directement pendant 1 an 10 entreprises concurrentes (liste à fournir)
  - . engagement de confidentialité pendant 2 ans si formation intra et/ou une ingénierie
  - . Attention : sachant que le refus de vente est illégal, nous ne pouvons interdire les achats en ligne

[Retour](#)

## POSER DES QUESTIONS



Questions d'attaque à utiliser en prospection consistant principalement à poser des **questions orientées** :

### 1. Souhaitez améliorer de 3, 5, 10 ou 15 points en plus la rentabilité de vos affaires (vente et achats) dès cette année ? L'EA le permet selon 4 niveaux de progrès (en moyenne) :

- . Téléchargement de modules ciblés en vente et achats : **1 à 3%**
- . Utilisation suppl. des modules de Pricing : **3 à 5%**
- . Utilisation licence Manager Titanium et Pack Négociation assertive : **5 à 10%**
- . Formation d'équipe / ingénierie personnalisée : **5 à 15%**

### 2. Etes-vous intéressé par des outils qui permettent rapidement un Retour sur investissement de 30, 100, 1000 ou plus votre mise ? L'EA le permet très vite. Plus vous avez d'affaires et de commerciaux et plus c'est rapide. Exemple de ROI (retour sur investissement) :

#### Avec seulement 1% de gain supplémentaire :

Si 1 commercial fait 100 000€ de CA/an (très petit chiffre d'affaires) le gain est de = 1.000€  
soit pendant 3 ans :  $1\ 000 \times 3 = 3.000€$   
soit avec le prix d'un CD-Manager 3 à 83€HT ( $3\ 000/83$ ) = un ROI de **36 !**

En multipliant par 10 commerciaux =  $1.000 \times 10 = 10.000€$   
soit pendant 3 années =  $10.000 \times 3 = 30.000€$   
soit avec une licence TPE Manager 3 à 500€ HT ( $30.000/500$ ) = un ROI final de **60 !**

#### Avec 3% de gain moyen supplémentaire :

base licence TPE pour 10 commerciaux à 500 k€/an pendant 3 ans ( $500 \times 10 \times 0,3\%$ ) = 150 000€  
soit un ROI de ( $150\ 000/500$ ) = **300 !**

### 3. Souhaitez-vous savoir si vos méthodes de négociation tarifaire sont optimales et si vos prix sont vraiment calculés à l'optimal ? L'EA le permet en utilisant l'un ou l'autre des 3 modules suivants :

- . Modules Pricing N° 35 à 40
- . Module Rotation des stocks N° 32 (ou 12 rouge)
- . Objectif de bénéfice brut N°33 (ou 13 rouge)

### 4. Etes-vous curieux de savoir si vos commerciaux maîtrisent bien la partie «chiffrage» et négociation tarifaire dans votre activité ?

**Réponse** : Souvent les erreurs de chiffrage commencent par une mauvaise connaissance des notions et des fondamentaux de l'EA.. C'est pour cela que nous proposons de commencer par faire un **petit quiz gratuit** de 14 questions sur le b.a-ba du business directement sur notre site.

De plus, si l'on ne maîtrise pas les notions et les rapports d'équivalence calculés automatiquement dans le **module N°2** (calcul de la valeur ajoutée), il est quasiment certain que l'on commence dès le départ à faire des erreurs qui s'amplifient mécaniquement ensuite.

**5. Par principe, la logique des prix représente 50% du business (l'autre partie concerne la communication et l'offre produit). Etes-vous intéressé pour faire un rapide Testing (simulation) de vos pratiques à 3 niveaux (L'EA le permet sur le site [www.calteos.com](http://www.calteos.com)) :**

- . Comment rattraper la perte sur remises consenties et l'impact sur la commission du vendeur ?
- . Comment calculer des pénalités de retard avec la nouvelle donne officielle ?
- . Comment mesurer la performance des commerciaux à partir de 11 ratios majeurs ?

**6. Vous allez me dire que la plupart des modules ne sont pas adaptés spécifiquement à votre activité. C'est vrai et c'est une bonne chose en soi, surtout dans un premier temps, car cela ouvre nécessairement sur d'autres pratiques possibles, d'autres horizons de négociation tarifaire de nature à enrichir encore davantage vos méthodes actuelles.**

**Réponse :** Il est également possible de trouver 80% des formules nécessaires à votre activité en utilisant simultanément plusieurs calculettes positionnées en tableau de bord sur l'écran de l'ordinateur. Vous pouvez bénéficier là d'une véritable aide à la décision, très en avance sur la plupart des moyens utilisés par les entreprises locales.

**7. Souhaitez-vous motiver rapidement l'ensemble de vos commerciaux en leur donnant les moyens d'être encore plus performants, plus efficaces que leurs concurrents et surtout gagner mieux leur vie en réalisant des affaires plus rentables ?**

**Réponse :** L'EA permet de les rendre encore beaucoup plus efficaces, plus offensifs, plus puissants dans la négociation. C'est le cas, par exemple, avec le CD-Rom Manager Titanium qui concentre le top du savoir-faire commercial en négociation d'affaires. En seulement 1 mois, vous allez être agréablement surpris de voir l'évolution comportementale et professionnelle de la plupart de vos commerciaux.

Vous pouvez également mettre en place un jeu concours avec eux en créant un challenge basé sur l'atteinte individuelle ou collective de ratios de performance (module 20).

**8. Vous êtes sceptique sur la possibilité d'augmenter aussi facilement le CA et la performance commerciale de votre entreprise dans le contexte actuel, je le sens !**

**Réponse :** Nous sommes tellement sûrs du fait qu'il est toujours possible d'améliorer ses propres résultats commerciaux avec de bons outils et une bonne approche, et heureusement encore, que je vous propose de vous le prouver en réalisant avec vous un vrai partenariat, sans aucun budget de départ.

De quoi s'agit-il ? Tout simplement d'équiper l'ensemble de votre force de vente avec une dotation complète et gratuite pour chacun de vos vendeurs, y compris une formation chez vous, avec une rémunération uniquement au résultat ! C'est possible avec notre offre intitulée 5-3-1 (à détailler)

**9. Avez-vous confiance dans l'expertise de votre comptable ou de votre expert-comptable ?**

**Réponse :** Nous vous apportons exactement les mêmes garanties de sérieux, professionnalisme, précision et confidentialité. En plus, étant donné que c'est vous l'acteur décisif, vous allez devenir aussi «calé» que lui sur les chiffres grâce à nos modules automatisés qui vont vous faire gagner 10 fois plus de temps qu'auparavant avec l'usage de la calculette traditionnelle. En moyenne, 30 secondes suffisent pour réaliser des calculs qui prenaient auparavant la tête avec, en plus, une forte probabilité d'erreur !

## 10. Vous êtes sûr de vos prix ? Pourquoi ne pas les tester pour voir s'ils sont justes ?

**Réponse :** La meilleure façon de savoir si vos prix et vos calculs commerciaux habituels sont justes, c'est de les tester. Comme ça, après la phase de Testing (avec usage des modules adéquats) le problème sera définitivement verrouillé en étant sûr qu'il ne reste aucun points à gagner en vente, achats et pricing.

La chose est trop importante vous rester dans le doute ou dans des certitudes non vérifiées. C'est la raison pour laquelle je vous conseille d'y consacrer 1 à 2 heures avec, par exemple, nos modules Pricing. Cet investissement temps et achat, ridicule à l'échelle de votre entreprise, peut vous rapporter très gros.

Cela renforcera la confiance commerciale que vous avez déjà dans votre couple tarif/produit et même en cas de différence, vous pourrez alors rectifier le tir à votre avantage. Dans les 2 cas vous êtes forcément gagnant !

## 11. Il y a forcément des points noirs ou faiblement maîtrisés sur lesquels l'EA peut faire progresser l'efficacité commerciale de vos commerciaux. Quels sont-ils selon vous ?

- . Construction exacte du Prix de Revient
- . Variation des prix (Pricing)
- . Négociation tarifaire (remise, bonus, coûts divers...)
- . Conditions de paiement
- . Seuil de rentabilité
- . Ratios commerciaux
- . Optimisation de la rotation des stocks
- . Rapport entre commissions du vendeur et CA ou marge
- . Négociation assertive
- . Connaissance des approches en Achat

En fonction de la réponse, il faut alors proposer l'achat par téléchargement d'un module test (ou CD-Rom). Le prix de celui-ci pourra être déduit ensuite en cas d'achat de licence ou de formation.

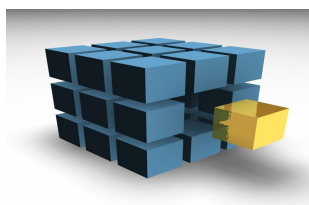
## 12. Souhaitez-vous prendre et/ou garder un temps d'avance sur la concurrence actuelle ?

**Réponse :** Sous condition que me preniez au minimum une licence Grands Comptes pour le CD-Rom Manager Titanium, je m'engage pendant 1 an à ne pas contacter directement et personnellement les entreprises que vous allez m'indiquer (max. 10). Ce délai passe à 2 ans si nous réalisons ensemble une formation intra et/ou une ingénierie. Ce délai vous donne le temps d'équiper et former au mieux toute votre équipe commerciale.

Il s'agit-là d'un accord d'exclusivité confidentielle temporaire entre nous qui nous oblige réciproquement à ne rien dévoiler des contrats en cours.

[Retour](#)

## OBJECTIONS PRINCIPALES



Surtout dans l'EA, ce sont les objections (posture subjective traduisant une relative faiblesse sur le sujet) qui offrent les meilleures clés d'entrée et tremplins pour mieux convaincre l'interlocuteur en faisant preuve, face à lui, de concret grâce aux :

- . caractère immédiatement opérationnel des modules
- . solutions proposées en cas de scepticisme (Testing, Helping, Quiz...)
- . culpabilisation sous-jacente sur la perte potentielle de chiffre et de résultat suppl. (ROI)
- . souplesse et étendue de l'offre commerciale à prix low cost (économies réalisées)

### Exemples de couples objection/réfutation

#### 1. Ca ne m'intéresse pas ! / je n'ai pas le temps

**Réponse 1 :** J'étais comme vous au départ très peu motivé et surtout sceptique pris dans mes affaires et le nez dans le guidon. Et puis j'ai compris que le temps c'est vraiment de l'argent. Passez des heures à faire et à refaire des calculs sans certitude de résultats justes et optimisés, c'est comme chauffer (ou refroidir) une pièce en laissant la fenêtre ouverte. C'est jeter l'argent par les fenêtres. C'est pour cela que notre devise est : **Time is money, business is EA ! Vous faire gagner 10, 20, 30 fois le temps habituel dans vos calculs.**

**Réponse 2 :** C'est vrai que lorsque que l'on prend un peu de temps et que l'on rentre sans *a priori* dans la culture et les outils de l'EA, c'est comme si dans un monde concurrentiel relativement fermé une grande bouffée de solutions concrètes apparaissait et devenait évidente. A titre d'image c'est comme si, au lieu d'être victime passive et mal en point dans la crise actuelle, l'on devenait très rapidement d'abord un secouriste patenté, puis un infirmier spécialisé et encore mieux un docteur es EA capable, non pas de sauver des vies, mais un grand nombre d'affaires dans le business. Il s'agit là d'un savoir-faire fondamental qui donne rapidement de la confiance en soi et de l'offensivité dans les affaires ! C'est aussi un savoir-faire complet qui apporte de l'agilité commerciale et un avantage concurrentiel certain, c'est-à-dire les 2 approches considérées actuellement comme les plus essentielles pour gagner des parts de marché.

#### 2. Nous avons déjà des outils spécifiques / nous utilisons le tableur Excel

**Réponse 1 :** Tant mieux, vous êtes comme la grande majorité des entreprises qui utilisent le tableur Excel avec des formules «maison». C'est l'équivalent de la Golf dans l'automobile (fiable et solide). En fait, si la calculette de base c'est le niveau 1 en EA, le tableur Excel est le niveau 2 et les 40 modules que nous proposons le niveau 3. L'idéal, c'est d'atteindre le niveau 4 avec des modules sur-mesure (c'est alors de la BMW, la classe et l'efficacité).

**Réponse 2 :** C'est pour cela que nous proposons de faire un Testing avec nous pour 2 raisons majeures :

- . Vous aider à calculer **à la source** chacun des principaux paramètres utiliser dans le tableur Excel
- . Vérifier, **au final**, si les résultats obtenus sont justes (une preuve de justesse vaut mieux qu'une certitude erronée cause de perte de CA ou de profit). Acheter un CD-Rom coûte beaucoup moins cher qu'une erreur commerciale répétitive ! Pour s'en convaincre nous vous offrons 2 possibilités ludiques et pédagogiques de tester l'existant chez vous en matière de compétence réelle :

1. Faire faire le petit quiz à vos meilleurs commerciaux
2. Faire vous même un Testing rapide sur notre site sur certains indicateurs majeurs de décision

### 3. Je n'ai pas de budget actuellement / ce n'est pas notre priorité

**Réponse :** pas de problème, nos prix sont tous low cost (3 à 5 fois moins cher que le prix marché normal) avec, en plus, une somme incroyable d'informations utiles et pertinentes qui n'ont pas de prix. Jugez-en par vous-même à partir de seulement 83€ (Manager 3) vous pouvez augmenter votre CA actuel de plusieurs points. Soit un bras de levier incroyable à prix minuscule capable de vous apporter des gains importants (faire la démonstration du ROI). Encore mieux que cela si vous avez plusieurs commerciaux, nos licences vous font gagner immédiatement entre 30 à 70% de remises et il est même possible de disposer d'une dotation entièrement gratuite avec notre offre 5-3-1 avec rémunération uniquement au résultat.

### 4. C'est trop compliqué à apprendre !

**Réponse :** pas du tout grâce à notre approche pédagogique pas à pas. C'est beaucoup moins compliqué que d'apprendre une langue étrangère, la compta ou l'informatique. En seulement 15 jours maxi et en passant 1 heure chaque jour à utiliser 2 à 3 calculettes différentes, vous allez devenir très rapidement un spécialiste respecté dans votre entreprise et par vos clients (une ceinture noire !).

L'apprentissage est très rapide, facile et surtout bien documenté pour vous permettre d'apprendre vite et bien en 5 temps avec notre logiciel Manager Titanium :

1. Commencer d'abord par le Mémo explicatif disponible pour chaque calculette, lequel positionne chaque module de manière pédagogique en fonction des principes d'utilisation, notions utilisées et objectifs poursuivis.
2. Prise en main rapide et facile de chaque module (bleu pour la vente, rouge pour les achats, design pour le pricing) avec libellés faciles à comprendre et saisie des chiffres hyper simple : il suffit simplement de remplir les cases blanches.
3. Il existe également dans chaque module un brief technique qui vous apporte, à tout moment, les raccourcis nécessaires, les règles d'utilisation avec un exemple à l'appui et un schéma pédagogique.
4. Après avoir compris le fonctionnement avec 1 ou 2 modules, tous les autres s'apprennent ensuite selon le même principe, pas à pas. Cette approche de l'EA favorise une progression qui devient de plus en plus rapide, tout en apportant une vraie culture professionnelle pérenne et riche d'enseignement en plus de l'aspect opérationnel des outils.
5. Si vous souhaitez en savoir encore davantage, comme c'est souvent le cas dans ce domaine passionnant, vous avez 3 possibilités supplémentaires :
  - . Utiliser les utilitaires dans la colonne de gauche du site [www.calteos.com](http://www.calteos.com)
  - . Utiliser l'importante infothèque de culture professionnelle incluse dans le CD-Rom
  - . Utiliser le pack Négociation assertive également inclus

Et là, vous devenez forcément un autre homme sous l'angle professionnel, quelqu'un de rare !

### 5. Je connais déjà / Notre personnel est compétent et bien formé

**Réponse :** Tout le monde sait que : **la culture professionnelle est un grand geyser plein de trous !**

Avec le temps et les habitudes prises nous oublions forcément tous une partie de ce que nous avons appris, alors que l'information utile et pertinente est le nerf de la guerre économique. Elle est même l'arme ultime dans la compétition économique lorsque tout le monde est au même niveau de prix. Le différentiel de culture fait toujours la différence dans la vie comme dans la négociation hors tarif.

Par exemple, qui embaucheriez-vous entre 2 techniciens à compétence égale mais dont l'un vous apporte des solutions inédites et tient un raisonnement innovant alors que l'autre propose des solutions connues et standardisées ?

C'est aussi cela l'EA en vous apportant via les Maxi MemoPro la possibilité de maîtriser un environnement culturel sans cesse changeant. D'ailleurs Voulez-vous connaître votre score personnel avec nos MémoGames ? (30 questions tests ou 720 questions-réponses)

[Retour](#)

## PRINCIPALES RÉFÉRENCES



VEOLIA - SCHNEIDER ELECTRIC  
HUBIERE MACHINES AGRICOLES - ESSEC MANAGEMENT EDUCATION  
CHIRURGIE ET BIOTECHNOLOGIES MEDICALES  
DMG FORMATIONS - SECURITAS SERVICES SAS  
SJC CONTROLES - EIGSI LA ROCHELLE  
HERMES PARFUM - 3M  
AMERICAN AIRLINES - AREVA  
SFR - UPM RAFLATAC  
PHARMACIE DE VARENNE - THOMSON SA  
RISYS FRANCE - PARTENORD HABITAT  
RELAIS H SNC - LAGASSE COMMUNICATION ET INDUSTRIE  
ALLIBERT VOYAGES - NORTEL  
DIGIDESIGN - HSBS INVESTMENTS  
TELINDUS FRANCE - REVOLUPLAST  
KODAK GRAPHIC COMMUNICATION - NEXTIRAONE  
ATLAS COPCO COMPRESSEURS - COMPO FRANCE  
CREDIT AGRICOLE ASSET MANAGEMENT  
SAINT GOBAIN ISOVER - SODEXHO  
COSMETIQUE ACTIVE - QUINTESS RSA  
UNIVERSAL MUSIC - THALES E TRANSACTIONS  
CEGELEC - SIEMENS  
AGC AUTOMOTIVE - CNH FRANCE  
RENAULT TRUCKS - BARACODA  
BP - GROUPE IGS  
AEROSERVICES - ALCATEL  
DIRECT ASSURANCES - LA BAGAGERIE  
LABORATOIRES ALCON - SOCIETE GENERALE  
RAGT SEMENCES - BOSCH SIEMENS ELECTROMENAGER  
PUBLICIS - MANITOBA PRAXIS  
VALLOUREC & MANNESMAN FRANCE  
PORT AUTONOME DUNKERQUE - FUJIFILM FRANCE  
STOKVIS TAPES - GASCOGNE LAMINATES SAS  
DAF TRUCKS FRANCE - MULTALER & CIE SA  
NEXITY CONSULTING - GREY HEALTHCARE  
NEUF TELECOM - TOTAL PETROCHEMICALS  
CMP BANQUE - EURO DISNEY ASSOCIES SCA  
et bien d'autres TPE et personnes....

[Retour](#)