Rédiger une proposition commerciale qui se signe

Vente et négociation · 11 min de lecture · Débutant

Ce que vous saurez faire

1. Réunir pendant le rendez-vous les informations utiles à la proposition.
2. Structurer un document que le décideur absent comprend seul.
3. Terminer chaque proposition par une prochaine étape datée.

Pourquoi tant de propositions restent sans suite

1 Un document trop long, trop centré sur vous

2 Impossible à faire circuler en interne

3 Un outil de décision, pas une plaquette

Quatre informations à rapporter du rendez-vous

1. Le problème, avec les mots exacts du client
2. Les conséquences concrètes si rien ne bouge
3. Le circuit de décision et le calendrier
4. « Qui d’autre va la lire avant la décision ? »

Les trois premiers blocs du document

1. Votre situation, telle que nous l’avons comprise
2. Les objectifs du client, sans promesse chiffrée
3. La solution, reliée point par point aux objectifs

Les trois derniers blocs du document

1. Le déroulé, les délais et ce que vous attendez du client
2. Le montant, toujours après la valeur
3. Une prochaine étape avec un jour et une action

Convaincre le décideur qui n’était pas là

1. Une page de synthèse dès l’ouverture
2. « Référencement naturel » plutôt que « SEO on-page »
3. Une réalisation proche ou un retour client autorisé

Tournures qui rassurent, tournures qui font fuir

1. « Vous nous avez indiqué que… » pour ouvrir chaque partie
2. « Ce qui n’est pas inclus » pour éviter les malentendus
3. Pas de superlatifs ni de présentation de trois pages

Présenter au lieu de laisser voyager le document

1. Vingt minutes en rendez-vous ou en visio
2. « Est-ce que mardi à 11 h vous irait pour en parler ? »
3. Observer les silences et les questions répétées

À faire : revoir la première page d’un ancien devis

1. Vérifier si elle parle du client ou de vous
2. Écrire une synthèse de cinq lignes maximum
3. La faire résumer par un collègue ou un proche

L’essentiel à retenir

1. Une proposition qui ne revient pas échoue rarement sur le prix, plutôt sur le document lui-même.
2. Rapportez du rendez-vous le problème dit par le client, ses conséquences, le circuit de décision et le calendrier.
3. Construisez le document en six blocs : situation, objectifs, solution, déroulé, investissement, prochaine étape.
4. Ouvrez sur une synthèse d’une demi-page, car beaucoup de décideurs ne liront qu’elle.
5. Rédigez pour la personne absente au rendez-vous : phrases courtes, sans jargon, preuves adaptées.
6. Présentez la proposition de vive voix, ou fixez la date du point de suivi au moment de l’envoi.

Aller plus loin

Je forme les écoles et les entreprises sur ce sujet, en présentiel autour de Lyon ou en visio.

Toutes les formations gratuites : maximbonnefoy.fr/formations-gratuites