

Benoit
BOURGUIGNON

Le développement des affaires

Comment accroître ses ventes
dans un monde numérique



UQ Presses de
l'Université du Québec

LE DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Comment accroître ses ventes dans un monde numérique

Que ce soit en période de croissance économique, d'incertitudes politiques ou de révolution technologique, le développement des affaires est toujours incontournable pour les entreprises, quelle que soit leur taille.

De la prospection à la négociation, en passant par la gestion de la relation client, l'écoute active ou encore la présentation d'une offre percutante, chaque chapitre de cet ouvrage vous outille pour mieux comprendre comment obtenir du succès en vente. Avec une approche simple, concrète et systématique, vous apprendrez à planifier vos actions, à décoder les besoins de votre clientèle, à créer de la valeur et à conclure une vente profitable. On y aborde la négociation (oui, même avec les plus coriaces), les différents types de personnalités, l'intégration du numérique, de l'intelligence artificielle à la réalité virtuelle, et des stratégies efficaces pour transformer la clientèle potentielle en partenaires fidèles.

Cohortes étudiantes, monde professionnel ou personnes curieuses, ce livre est votre guide indispensable. Il vous permettra de naviguer avec aisance dans ce vaste univers du développement des affaires où chaque appel, chaque rencontre, chaque courriel peut faire la différence.

Benoit Bourguignon

2025 | 156 pages

978-2-7605-6220-2	36,00 \$	PAPIER
978-2-7605-6221-9	29,99 \$	PDF
978-2-7605-6222-6	29,99 \$	EPUB

CHAPITRE 1**Une introduction au développement des affaires**

1. Transaction ou relation
2. Une carrière en développement des affaires
3. Un nouveau processus de vente et d'achat

CHAPITRE 2**Planifier le développement des affaires**

1. Comprendre son environnement d'affaires
2. Comprendre les besoins de la clientèle
3. Organiser ses efforts : structure, technologies et facteurs humains

CHAPITRE 3**La découverte**

1. La recherche de fournisseurs
2. Prospecter
3. Contacter les firmes identifiées
4. La qualification
5. Se préparer à une première rencontre

CHAPITRE 4**L'exploration**

1. La planification de l'exploration
2. L'exploration préliminaire
3. Deux méthodes de vente éprouvées
4. Répondre aux préoccupations ou aux objections
5. La proposition de vente
6. Le bilan de la rencontre

CHAPITRE 5**L'engagement**

1. La planification de la négociation
2. Le déroulement de la négociation
3. Le prix, toujours le prix
4. La négociation à distance
5. Obtenir la commande
6. La pérennisation de l'engagement par le service à la clientèle et le partenariat

BENOIT BOURGUIGNON, MBA, Ph. D., est professeur de marketing à l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal. Après une carrière en ventes et en gestion des ventes, ses intérêts de recherche portent sur les enjeux numériques du marketing B2B et du développement des affaires.