

3 minutes pour présenter son entreprise

Pour assurer la réussite de vos entretiens commerciaux, capitalisez sur un point essentiel : la présentation de votre entreprise en trois minutes.

Préparer sa présentation peut sembler théorique et rébarbatif... c'est pourtant un exercice très productif, qui dépasse largement le simple travail rédactionnel. En effet, cela nécessite une analyse fine du positionnement de sa société et de son offre. L'enjeu est important car votre présentation poursuit deux objectifs : vous différencier de vos concurrents

et donner envie à votre interlocuteur d'en savoir plus sur votre entreprise et son offre. De nombreuses personnes pensent qu'une présentation unique ne peut pas fonctionner, car leurs prospects sont tous différents. À tort ! En revanche, elle doit être calibrée pour ouvrir l'échange, quel que soit votre interlocuteur. La suite de l'entretien se conduit par des questions et de l'écoute, il s'adaptera donc à votre interlocuteur. Voici cinq bonnes raisons pour soigner votre présentation et la connaître par cœur.

1. Sécuriser

Une présentation réfléchie permet de ne pas faire d'oubli, d'aborder les points importants, d'utiliser un vocabulaire positif et d'évacuer les mots parasites. L'avantage, c'est que votre discours sera agréable à entendre, plus facile à comprendre, apportant ainsi un certain confort à votre interlocuteur, qui sera dès lors en position d'écoute.

2. Gagner en efficacité

Le temps est précieux et votre interlocuteur vous sera reconnaissant de ne pas lui en faire perdre.

Structurer votre présentation vous évite les répétitions inutiles, ainsi que les improvisations hasardeuses, et vous permet de garder un cap, dans un cadre d'entretien que vous aurez préalablement validé avec votre partenaire.

3. S'améliorer

Comme pour de nombreuses activités, c'est en s'entraînant que l'on devient performant. Votre présentation étant rédigée précisément, vous pourrez l'affiner en validant ce qui fonctionne bien, voir ce qui est à améliorer et la rendre vivante. Ainsi, vous allez gagner en aisance, ce qui vous permettra de vous concentrer non pas sur ce que vous dites, car vous la connaîtrez au mot près, mais sur votre interlocuteur.

4. Transmettre

Votre présentation étant rodée et structurée, il est facile de la transmettre et la partager au sein de votre entreprise, notamment aux personnes en contact avec les clients, ainsi qu'à vos futurs collaborateurs. Ils pourront se l'approprier, y mettre leur spontanéité,

leur sincérité, leur humanité, voire leur passion... mais la forme et le fond seront respectés. C'est un gain de temps et une sécurité dans la maîtrise de votre discours à destination de l'extérieur.

5. Offrir une image professionnelle

Point important, une présentation concise et structurée vous permet de véhiculer une image professionnelle qui favorisera la suite de l'entretien. Ainsi, votre prospect sera plus disposé à répondre à vos questions, lesquelles auront été préalablement préparées afin de suivre un cap.

En résumé, vous en tirerez au minimum deux bénéfices. Le premier, c'est que votre interlocuteur vous délivrera des informations essentielles, permettant de lui faire une offre adaptée. Le second, c'est que la qualité de la conduite de votre entretien le laissera imaginer que les prestations, proposées par votre société, sont dans la même logique de professionnalisme. C'est un détail, mais il vous conduit vers l'excellence. ■

L'expert



Diplômé de l'ISG, Guillaume Petitjean a occupé, en France et à l'étranger, des responsabilités commerciales et managériales au sein de TPE, PME et de grands groupes. Il dirige la société 1ère Gâchette (www.1eregachette.com), permettant de structurer l'approche commerciale des entreprises.