

PROCESSUS D'ACHAT	PROCESSUS DE VENTE
Evaluer l'environnement d'affaires	Evaluer les questions/ problèmes du prospect
Développer une stratégie d'affaires avec des initiatives	Développer des solutions en lien avec la stratégie du prospect
Reconnaître le besoin	Etablir une vision d'achat avec le prospect
Evaluer les options	Articuler la qualité et les moyens
Sélectionner les options	Développer les solutions avec le prospect
Résoudre les préoccupations et décider	Conclure la vente
Mettre en place la solution et évaluer son succès	Surveiller la mise en place et s'assurer de la satisfaction des attentes

Librement inspiré de la « Signature Selling Methodology » (IBM), par Robert Felder