

Passer d'un discours produit à un discours commercial orienté client

Besoin exprimé

Novamap, éditeur SaaS pour la gestion opérationnelle et le pilotage de parcs immobiliers, devait **renforcer l'efficacité de son discours commercial** dans un contexte de diversification marché et de concurrence croissante.

↳ **Adapter** le discours aux attentes de chaque persona clé.

↳ **Structurer** les argumentaires commerciaux pour dépasser le discours orienté produit.

↳ **Aligner** les messages marketing et sales.

Dispositif construit et déployé par Gtec

Accompagnement autour du **discours d'activation commerciale** :

- Business Value Propositions par persona
- Construction de messages orientés pain points, bénéfices, preuves et différenciation
- Rédaction de pitches commerciaux

Facteurs clés de succès

- ✓ **Approche persona-centric**, fondée sur les enjeux réels des décideurs et utilisateurs ciblés.
- ✓ **Passage d'un discours produit à un discours de valeur**, rendant l'offre immédiatement compréhensible et désirable.
- ✓ **Architecture de messages activable** pour pitches, sales decks, contenus MARCOM et prises de parole commerciales.

Bénéfices constatés

- ✓ **Des pitches commerciaux unifiés**, centrés sur la promesse client avant la valorisation du produit.
- ✓ **Une force commerciale alignée**, capable de raconter la même histoire, avec des arguments adaptés à chaque marché et persona.
- ✓ **Un impact commercial mesurable**, avec une augmentation du nombre de leads qualifiés et du nombre de licences vendues.

Avis du client

« Le travail mené avec Gtec nous a permis de passer d'un discours commercial très centré produit à une **argumentation beaucoup plus claire, structurée par persona et orientée valeur**. Les BVP et les pitches nous donnent aujourd'hui un cadre commun pour **mieux expliquer notre différence, adapter notre discours à chaque interlocuteur**. »



Frédéric Clermont,
Cofondateur et
Directeur Marketing
& Finances