



E-Book

Booster vos ventes : 25 astuces pour surmonter les objections de vos prospects

BOOSTER L'ENTREPRISE
LIBÉRER L'ENTREPRENEUR

Copyright© 2023. ActionCOACH IPCo Ltd. Tous droits réservés.

ActionCOACH[®]
BUSINESS COACHING

25 astuces pour surmonter les objections à la vente

Établir des relations et de la confiance

- Être authentique
- Écoute active
- Faire preuve d'empathie
- Trouver un terrain d'entente
- Être fiable et cohérent

Anticiper les objections

- Comprendre les besoins et les préoccupations de votre prospect
- Tirer les leçons des expériences passées
- Préparez vos réponses
- Répondez aux objections de manière proactive
- Favorisez une communication ouverte

Poser des questions

- Utiliser des questions ouvertes
- Poser des questions approfondies
- Maîtriser l'art du silence
- Poser des questions hypothétiques
- Pratiquer l'écoute active

Apporter de la valeur et de l'éducation

- Comprendre les besoins de votre prospect
- Partager les connaissances et les tendances pertinentes du secteur
- Offrir des solutions personnalisées
- Fournir des ressources éducatives
- Se positionner en tant que conseiller de confiance

Rester positif et confiant

- Adopter le bon état d'esprit
- Être bien préparé
- Restez positif dans votre communication
- Apprenez de chaque interaction
- Prendre soin de soi et maintenir un équilibre sain entre vie professionnelle et vie privée



25 astuces pour surmonter les objections de vos prospects

Surmonter les objections est un aspect crucial du processus de vente, car cela a un impact direct sur probabilité de conclure des affaires et de réussir.

Jeffrey Gitomer, expert en vente de renommée mondiale, auteur du best-seller "The Little Red Book of Selling" et "King of Sales", souligne l'importance de répondre aux objections afin d'instaurer la confiance, de découvrir les véritables préoccupations du prospect et de fournir des solutions sur mesure qui démontrent la valeur de votre offre.

En écoutant activement et en dialoguant avec le prospect, vous pouvez mieux comprendre ses besoins et présenter votre produit ou service comme une solution à ses problèmes. En outre, surmonter les objections avec confiance et positivité peut créer un environnement persuasif qui encourage les prospects à aller de l'avant avec la vente. En fin de compte, la maîtrise de l'art de traiter les objections à la vente, telle que préconisée par Gitomer, peut conduire à des taux de conclusion plus élevés et à des relations plus fortes et durables avec les clients.



Établir un rapport et une confiance

La réussite commerciale ne dépend pas seulement de la qualité du produit ou du service mais aussi de votre capacité à établir une relation de confiance avec vos clients potentiels. Jeffrey Gitomer offre de précieuses indications sur la manière d'établir efficacement une relation, d'instaurer la confiance et de surmonter les objections à la vente.

Être authentique

L'authenticité est essentielle pour établir un rapport avec vos clients potentiels. Selon Gitomer, les vendeurs doivent être sincères dans leurs interactions et éviter d'utiliser des tactiques de manipulation ou des réponses toutes faites. Soyez vous-même et montrez votre vraie personnalité pour créer une atmosphère de confiance et d'ouverture. Envisagez de partager vos expériences et histoires personnelles liées à votre produit ou service et soyez transparent quant à vos intentions et objectifs dans le processus de vente. Évitez d'utiliser des tactiques de vente sous pression ou de faire des promesses irréalistes et montrez un intérêt sincère pour les besoins et les préoccupations de votre prospect.

L'écoute active

L'écoute est un aspect essentiel de l'établissement d'un rapport et d'une relation de confiance. Gitomer insiste sur l'importance de l'écoute active, qui consiste à accorder toute son attention au prospect, à reconnaître ses préoccupations et à poser des questions de clarification. Évitez d'interrompre le prospect pendant qu'il parle et soyez attentif aux signaux non verbaux, tels que le langage corporel et le ton de la voix.

Faire preuve d'empathie

L'empathie est la capacité à comprendre et à partager les sentiments d'une autre personne. Selon Gitomer, les vendeurs doivent faire preuve d'empathie à l'égard de leurs clients potentiels, car cela permet d'établir un lien plus profond et de montrer que vous vous souciez réellement de leurs besoins et de leurs préoccupations. Mettez-vous à la place du prospect, essayez de comprendre son point de vue et reconnaissez ses préoccupations et ses sentiments sans porter de jugement. Offrez-lui votre soutien et rassurez-le lorsque vous répondez à ses objections et remerciez-le pour le temps qu'il vous a consacré et les informations qu'il vous a communiquées au cours du processus de vente.

Trouver un terrain d'entente

Pour établir un rapport, il faut souvent trouver des points communs et des intérêts partagés avec les clients potentiels. Gitomer suggère aux vendeurs d'identifier les points communs, car ils contribuent à créer un sentiment de connexion et de confiance. Faites des recherches sur les antécédents, le secteur d'activité et l'entreprise du prospect afin d'identifier les domaines d'intérêt communs potentiels. Recherchez des points communs dans les intérêts personnels ou les passe-temps, tels que le sport, la musique ou les voyages. Discutez des liens mutuels, tels que les contacts communs ou les collègues du secteur, et tirez parti des expériences communes ou des défis rencontrés dans le secteur d'activité du prospect.

Être fiable et cohérent

La confiance se construit au fil du temps grâce à des actions cohérentes et fiables. Gitomer souligne l'importance d'être fiable et de tenir ses promesses pour établir la confiance avec ses clients potentiels. Faites toujours le suivi de vos engagements, qu'il s'agisse d'envoyer des informations, de planifier une réunion ou de faire une démonstration de produit. Soyez ponctuel et respectueux de l'emploi du temps du prospect et maintenez une communication régulière avec lui tout au long du processus de vente.



Anticiper les objections

Anticiper et traiter les objections est une compétence essentielle pour tout professionnel de la vente. Jeffrey Gitomer, expert en vente et auteur de best-sellers, offre de précieuses indications sur la manière de prévoir et de traiter les objections dans le cadre du processus de vente. En traitant les objections de manière proactive, vous pouvez instaurer un climat de confiance avec vos prospects, apaiser leurs inquiétudes et augmenter vos chances de conclure une affaire.

Comprendre les besoins et les préoccupations de votre prospect

Pour anticiper les objections, vous devez d'abord comprendre les besoins, les préoccupations et les priorités de votre prospect. Gitomer insiste sur l'importance de mener des recherches approfondies sur vos prospects, secteur d'activité et leur entreprise afin d'identifier les objections potentielles susceptibles de survenir au cours du processus de vente. Examinez le site web, les communiqués de presse et les canaux de médias sociaux de votre prospect pour vous faire une idée de son activité et de son secteur d'activité. Étudiez les concurrents de votre prospect pour comprendre les défis et les points faibles qui leur sont propres et utilisez des outils tels que LinkedIn ou des forums sectoriels pour recueillir des informations supplémentaires sur le rôle, les responsabilités et le processus de prise de décision de votre prospect.

Tirer les leçons des expériences passées

M. Gitomer encourage les professionnels de la vente à s'inspirer de leurs expériences et interactions commerciales antérieures pour identifier les objections les plus courantes. En analysant vos précédents entretiens de vente, réunions et négociations, vous pouvez découvrir les objections récurrentes et préparer des réponses bien argumentées pour y faire face. Réfléchissez aux situations de vente passées où vous avez rencontré des objections et évaluez la façon dont vous avez traitées. Demandez l'avis de collègues, de responsables ou de mentors afin d'identifier les points à améliorer pour répondre aux objections. Examinez votre analyse des victoires et des défaites pour identifier les tendances et les schémas des objections rencontrées au cours d'interactions commerciales réussies ou non.

Préparez vos réponses

Une fois que vous avez identifié les objections les plus courantes, Gitomer suggère de préparer vos réponses pour y répondre efficacement. Dressez une liste de contre-arguments bien raisonnés et convaincants qui mettent en évidence les avantages de votre produit ou service, et entraînez-vous à donner ces réponses avec assurance. Élaborez une série de réponses claires et concises qui répondent aux préoccupations du prospect et soulignent la valeur de votre offre, en vous appuyant sur des exemples concrets, des études de cas ou des témoignages de clients pour étayer vos arguments.

Anticiper les objections et y répondre de manière proactive est un aspect crucial du processus de vente.

Répondre aux objections de manière proactive

Gitomer recommande d'aborder les objections de manière proactive au cours du processus de vente afin de minimiser la probabilité qu'elles surviennent ultérieurement. En montrant que vous comprenez les préoccupations du prospect et en proposant des solutions ou des contre-arguments, vous pouvez instaurer un climat de confiance et de crédibilité. Incorporez vos réponses aux objections les plus courantes dans vos présentations commerciales, vos courriels ou vos conversations.

Lorsque vous présentez les avantages de votre produit ou service, répondez aux préoccupations potentielles avant que le prospect n'ait l'occasion de les soulever.

Favoriser une communication ouverte

La création d'un environnement de communication ouverte est essentielle pour anticiper et surmonter les objections. Gitomer souligne l'importance d'encourager les prospects à exprimer leurs préoccupations, à poser des questions et à partager leurs idées tout au long du processus de vente. Soyez accessible et créez une atmosphère confortable pour que le prospect puisse partager ses préoccupations, écoutez activement les préoccupations du prospect et reconnaissez ses sentiments et ses opinions.



Poser des questions

Poser des questions stratégiques est un outil inestimable pour surmonter les objections à la vente.

Jeffrey Gitomer, expert en vente et auteur renommé, souligne l'importance de questionner les prospects afin de découvrir leurs véritables préoccupations et de favoriser des conversations productives.

Utiliser des questions ouvertes

Les questions ouvertes sont la pierre angulaire de l'approche de Gitomer pour répondre aux objections. Ces questions encouragent les prospects à faire part de leurs réflexions, de leurs préoccupations et de leurs opinions en exigeant plus qu'une simple réponse par "oui" ou par "non". Commencez vos questions par des mots tels que "comment", "quoi", "pourquoi" ou "pourriez-vous expliquer". Concentrez-vous sur les besoins, les objectifs et les défis du prospect et abstenez-vous de poser des questions suggestives qui pourraient biaiser la réponse du prospect. Écoutez attentivement les réponses du prospect afin d'identifier les préoccupations ou les objections sous-jacentes.

Voici quelques exemples de questions ouvertes :

- "Quels sont les défis auxquels votre entreprise est actuellement confrontée ?"
- "Comment cette question affecte-t-elle les performances de votre équipe ?"
- "Pourquoi la résolution de ce problème est-elle importante pour vous ?"

Poser des questions approfondies

Les questions exploratoires sont destinées à approfondir les préoccupations du prospect et à révéler la véritable nature de ses objections. Gitomer encourage les professionnels de la vente à utiliser des questions d'approfondissement pour mieux comprendre les réserves du prospect et déterminer la manière la plus efficace d'y répondre. Concentrez-vous sur les préoccupations du prospect et posez des questions qui l'incitent à développer ses objections. Utilisez des questions de suivi pour explorer des aspects spécifiques de ses préoccupations ou de ses objections et restez empathique et sans jugement lorsque vous posez des questions d'approfondissement.

Voici quelques exemples de questions d'approfondissement :

- "Pouvez-vous nous donner plus de détails sur le problème spécifique que vous rencontrez ?"
- "Quelles sont les stratégies que vous avez déjà utilisées pour résoudre ce problème ?"
- "Quel serait le résultat idéal pour vous ?"

Maîtriser l'art du silence

Gitomer souligne l'importance stratégique d'utiliser le silence lorsqu'on pose des questions. Le fait d'accorder des moments de silence après avoir posé une question peut encourager les prospects à partager des informations supplémentaires et à fournir des informations plus approfondies sur leurs préoccupations ou leurs objections. Après avoir posé une question, attendez patiemment la réponse du prospect, même si cela prend plusieurs secondes.

Résistez à l'envie de combler le silence par d'autres questions ou commentaires et maintenez un contact visuel et un langage corporel attentif pour montrer votre intérêt pour la réponse du prospect.

Poser des questions hypothétiques

Les questions hypothétiques permettent de répondre efficacement aux objections en encourageant les prospects à envisager d'autres scénarios ou solutions. Gitomer suggère d'utiliser des questions hypothétiques pour aider les prospects à imaginer les avantages de votre produit ou service, afin de surmonter toute réserve persistante. Formulez des questions qui incitent le prospect à imaginer l'impact positif de votre offre.

Soyez réaliste et évitez d'exagérer les résultats potentiels. Utilisez les questions hypothétiques pour explorer le processus de prise de décision du prospect et identifier les obstacles potentiels.

Voici quelques exemples de questions hypothétiques :

- "Si notre solution pouvait vous aider à atteindre le résultat souhaité, quel serait l'impact sur votre entreprise ?
- "Et si nous pouvions répondre à vos préoccupations tout en vous proposant une solution qui réponde à vos besoins ?
- "Comment la productivité de votre équipe changerait-elle si ce problème était résolu ?

Écouter activement

L'écoute active est essentielle pour surmonter les objections. Gitomer souligne l'importance d'écouter attentivement les prospects, ce qui implique de leur accorder toute son attention, de prendre acte de leurs préoccupations et de poser des questions de clarification.

Apporter de la valeur et de l'éducation

Offrir de la valeur et de la formation est un moyen efficace de répondre aux objections des vendeurs et de les surmonter.

Jeffrey Gitomer, expert en vente et auteur de renom, souligne l'importance d'offrir des informations et des points de vue précieux aux clients potentiels afin d'instaurer la confiance et la crédibilité.



Comprendre les besoins de votre prospect

Pour apporter de la valeur et de la formation, il est essentiel de commencer par comprendre les besoins, les préoccupations et les objectifs de vos clients potentiels. Gitomer insiste sur l'importance de mener des recherches approfondies sur vos prospects et leur secteur d'activité afin d'identifier les objections potentielles et d'adapter votre contenu éducatif en conséquence. Examinez le site web, les communiqués de presse et les canaux de médias sociaux du prospect pour mieux connaître son activité et son secteur d'activité.

Étudier les concurrents du prospect afin de comprendre les défis et les difficultés leur sont propres. Utilisez des outils tels que LinkedIn ou des forums sectoriels pour recueillir des informations supplémentaires sur le rôle et les responsabilités du candidat.

Partager les connaissances et les tendances pertinentes du secteur

Le partage d'informations et de tendances pertinentes sur le secteur peut contribuer à établir votre crédibilité et à démontrer votre expertise. Gitomer suggère de fournir aux prospects des informations précieuses qui répondent à leurs préoccupations et mettent en évidence les avantages de votre produit ou service. Tenez-vous au courant des dernières nouvelles, tendances et recherches du secteur. Réunissez et partagez avec vos prospects des articles, des billets de blog ou des livres blancs pertinents. Discutez des tendances du secteur lors de présentations ou de réunions de vente et expliquez comment votre produit ou service peut aider vos clients potentiels à rester en tête de leur secteur.

Proposer des solutions personnalisées

M. Gitomer souligne l'importance d'offrir des solutions personnalisées qui répondent directement aux besoins et aux défis spécifiques de votre prospect. En présentant des solutions sur mesure, vous montrez que vous comprenez leur situation unique et que vous avez pris le temps de réfléchir à la manière dont votre produit ou service peut aider. Analysez les besoins et les préoccupations du prospect pour déterminer comment votre produit ou service peut lui apporter de la valeur. Élaborez des présentations ou des propositions personnalisées qui mettent en évidence les avantages de votre offre dans le contexte de l'activité du prospect. Utilisez des études de cas ou des témoignages de clients similaires pour illustrer le succès de votre solution.

Fournir des ressources éducatives

Fournir des ressources éducatives est un moyen efficace de mettre en valeur votre expertise et d'aider les clients potentiels à mieux comprendre votre produit ou service. Gitomer recommande de proposer différents types de matériel pédagogique pour répondre à des préférences et des besoins d'apprentissage différents. Créez et partagez des articles de blog, des livres blancs ou des livres électroniques informatifs qui répondent aux préoccupations ou aux objections les plus courantes. Organisez des webinaires, des tutoriels vidéo ou des ateliers pour fournir des informations approfondies sur votre produit ou service. Proposez des consultations gratuites ou des démonstrations de produits pour aider les prospects à mieux comprendre comment votre solution peut profiter à leur entreprise.

La valeur ajoutée et la formation sont essentielles pour surmonter les objections et réussir à vendre.

Se positionner en tant que conseiller de confiance

M. Gitomer souligne l'importance de se positionner comme un conseiller de confiance plutôt que comme un simple vendeur. En mettant l'accent sur la valeur ajoutée et la formation, vous pouvez instaurer un climat de confiance avec vos clients potentiels et devenir leur principale source d'orientation et de conseils. Soyez sincèrement désireux d'aider vos clients potentiels à résoudre leurs problèmes, plutôt que de vous contenter de chercher à les vendre. Soyez transparent et honnête sur les capacités et les limites de votre produit ou service. Offrez un soutien et une assistance continus, même après la conclusion de la vente.

Il est essentiel d'apporter de la valeur et de la formation pour surmonter les objections et réussir à vendre. En suivant les conseils de Jeffrey Gitomer, vous pouvez proposer des solutions sur mesure, des informations sur le secteur et des ressources éducatives qui répondent aux besoins et aux préoccupations de vos clients potentiels.



Rester positif et confiant

Il est essentiel de conserver un état d'esprit positif et confiant pour répondre aux objections des vendeurs. Jeffrey Gitomer, expert en vente et auteur renommé, souligne l'importance de cultiver une attitude résiliente pour traiter efficacement les objections et conclure des ventes.

Se concentrer sur le bon état d'esprit

Gitomer souligne l'importance d'adopter le bon état d'esprit lorsque l'on aborde les objections à la vente. En considérant les objections comme des occasions d'apprendre et de progresser, vous pouvez conserver une attitude positive même face aux difficultés. Considérez les objections comme un élément naturel du processus de vente et comme une occasion de fournir des informations précieuses à vos clients potentiels. Rappelez-vous vos succès passés pour renforcer votre confiance et votre motivation. Visualisez un résultat positif avant d'entamer une conversation commerciale.

Bien se préparer

La préparation est essentielle pour gagner en confiance lorsque l'on traite des objections à la vente. Gitomer recommande de bien connaître son produit ou son service et de comprendre les besoins et les objections potentielles de son prospect. Effectuez des recherches approfondies sur vos prospects, leur secteur d'activité et leurs préoccupations potentielles. Élaborez des réponses argumentées aux objections les plus courantes et entraînez-vous à les présenter avec assurance. Tenez-vous au courant des tendances et des évolutions du secteur pour démontrer votre expertise et votre crédibilité.

Restez positif dans votre communication

M. Gitomer souligne l'importance de maintenir une attitude positive dans la communication avec les prospects. En adoptant un ton positif et en vous concentrant sur les solutions, vous pouvez créer une atmosphère de collaboration et de confiance. Utilisez un langage positif et évitez les phrases ou les mots négatifs lorsque vous évoquez des objections. Mettez l'accent sur les avantages et la valeur de votre produit ou service, plutôt que de vous attarder sur des préoccupations potentielles. Proposez des solutions constructives pour répondre aux objections du prospect et démontrez votre engagement en faveur de sa réussite.

Tirer des enseignements de chaque interaction

Gitomer encourage les professionnels de la vente à tirer des enseignements de chaque interaction commerciale, quelle qu'en soit l'issue. En considérant chaque expérience comme une occasion d'évoluer et de s'améliorer, vous pouvez conserver attitude positive et développer votre résilience. Réfléchissez aux entretiens de vente et identifiez les points à améliorer dans le traitement des objections. Demandez l'avis de collègues, de responsables ou de mentors pour obtenir des informations et des points de vue supplémentaires. Analysez vos rapports sur les gains et les pertes afin d'identifier tendances et les modèles d'objections et d'ajuster votre approche en conséquence.

Prendre soin de soi et maintenir un équilibre sain entre vie professionnelle et vie privée

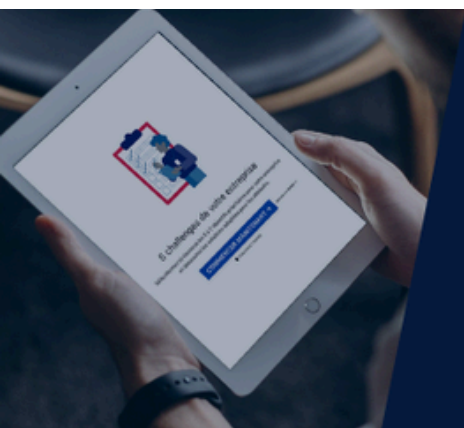
Maintenir un état d'esprit positif et confiant implique également de prendre soin de soi et d'assurer un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Gitomer insiste sur l'importance de prendre soin de son bien-être physique, mental et émotionnel pour donner le meilleur de soi-même. Prenez le temps de faire régulièrement de l'exercice, de manger sainement et de dormir suffisamment pour favoriser votre bien-être physique. Établissez des limites entre votre travail et votre vie personnelle pour éviter l'épuisement et maintenir un équilibre sain. Participez à des activités qui vous procurent de la joie et de la détente, telles que les loisirs, la socialisation ou la méditation.

Il est essentiel de rester positif et confiant lorsque l'on répond à des objections de vente. En adoptant les conseils d'expert de Gitomer, vous pouvez cultiver le bon état d'esprit, être bien préparé et maintenir une communication efficace avec les clients potentiels. En outre, en tirant des enseignements de chaque interaction et en prenant soin de soi, vous pouvez renforcer votre résilience et améliorer vos performances commerciales globales. Adoptez ces conseils pour surmonter les objections à la vente avec confiance et positivité, et ouvrez la voie à une plus grande réussite dans carrière de vendeur.

Permet d'attirer et de retenir les meilleurs talents Permet d'attirer et de retenir les meilleurs talents

Enfin, montrer l'exemple peut vous aider à attirer et à retenir les meilleurs talents. Lorsque les employés voient leurs dirigeants adopter le comportement qu'ils attendent de leur équipe, ils éprouvent un sentiment de respect et d'admiration. Ce respect et cette admiration peuvent contribuer à attirer les meilleurs talents et les encourager à rester dans votre entreprise. Une culture du leadership par l'exemple crée un environnement de travail positif et favorable qui attire les meilleurs talents.

Pour savoir où se situe votre entreprise, commencez par définir vos défis. Vous recevrez un appel de votre Coach après avoir terminé votre auto-évaluation afin de planifier votre première séance de Business Coaching gratuite. **Commençons dès aujourd'hui !**



5 challenges de votre entreprise

Sélectionnez ci-dessous les 5 à 7 objectifs prioritaires pour votre entreprise et découvrez les solutions adaptées pour les atteindre.

[Commencer maintenant](#)

BOOSTER L'ENTREPRISE

LIBÉRER L'ENTREPRENEUR

Copyright© 2023. ActionCOACH IPCo Ltd. Tous droits réservés.

ActionCOACH[®]
BUSINESS COACHING

Qui est ActionCOACH ?

Les Business Coachs ActionCOACH forment et accompagnent les Chefs d'entreprise partout à travers le Monde à atteindre un très haut niveau de performance pour l'entreprise et de satisfaction pour eux-mêmes. Nous nous appuyons sur une méthode et des outils constamment évolutifs, étayés et amendés depuis plus de **30 ans** et qui ont fait leurs preuves dans plus de **50 pays**.

Nous travaillons sur les fondamentaux de l'entreprise (Clarification de la vision, gestion du temps, communication, gestion d'équipe, marketing, finances, systématisation, etc.) et sur la conciliation entre les objectifs de l'entreprise et ceux des dirigeants.

Notre slogan résume bien ce que nous faisons : **Booster l'Entreprise – Libérer l'Entrepreneur.**

Parce qu'être entrepreneur devrait vous permettre une meilleure qualité de vie, le métier des ActionCOACHs est de vous accompagner à :

- **obtenir une entreprise plus rentable,**
- **gagner du temps,**
- **avoir une équipe sur mesure,**
- **obtenir les résultats que vous désirez**
- **avoir une entreprise qui fonctionne sans vous**

Notre méthode est éprouvée dans plus de 50 pays et est continuellement adaptée et améliorée par la communauté internationale des ActionCOACHs pour répondre à l'évolution constante du monde des affaires.



Passer à l'action avec ActionCOACH

Vous souhaitez mettre en place ces principes dans votre entreprise et relever vos plus grands défis ? ActionCOACH® vous aide à identifier vos priorités et à trouver des solutions adaptées à vos besoins spécifiques.

Sélectionnez dès maintenant vos 5 à 7 objectifs prioritaires et découvrez comment nous pouvons vous accompagner dans l'optimisation de vos processus, l'amélioration de votre efficacité et la réalisation de vos objectifs.

[COMMENCER MAINTENANT]

Nous avons la chance de faire partie d'une Entreprise présente sur tous les continents. Afin de s'assurer que nos contenus (Blogs, Ebooks, Livres Blancs, Infographies,...) soient rapidement mis à disposition de notre communauté d'Europe Francophone, j'ai opté pour l'utilisation des IA, pour les traductions, sans relecture. Cela amènera à des erreurs de syntaxes et grammaticales. Je vous prie de m'en excuser. Le principal pour nous est de vous mettre à disposition notre contenu aussi rapidement que possible.

BOOSTER L'ENTREPRISE
LIBÉRER L'ENTREPRENEUR

Marc-William ATTIE
Président ActionCOACH Europe Francophone

ActionCOACH
BUSINESS COACHING

Action
COACH[®]
BUSINESS COACHING