

Croissance suisse à 0,9 % : Masters Sales veut remettre l'exécution commerciale au centre du jeu

Alors que la croissance suisse devrait se limiter à 0,9 % en 2026, des PME exportatrices cherchent de nouvelles commandes : dans l'industrie MEM, 60 % des entreprises citent leur carnet de commandes comme principale préoccupation. Depuis Wetzikon, Masters Sales lance un Sales Execution Club conçu pour aider les entreprises B2B à renforcer leur rythme commercial, ouvrir de nouvelles portes et faire progresser leur pipeline.

Wetzikon (ZH), Suisse — 25 août 2026 — Le contexte est tendu pour une partie des entreprises suisses. Le SECO prévoit une croissance du PIB de seulement 0,9 % en 2026, nettement inférieure à la moyenne historique. Dans l'industrie technologique suisse, le chiffre d'affaires des PME a reculé de 1,8 % au premier trimestre ; les exportations de machines et appareils mécaniques de 3,9 %, celles des instruments de mesure, contrôle et précision de 4,4 %.

Pour les entreprises qui disposent déjà d'une technologie, d'un produit ou d'un savoir-faire, il s'agit de trouver davantage de clients, de marchés ou d'applications et la réponse est concrète : il faut aller vers le marché.

Aucun outil ne va au marché à notre place

CRM, bases de données, automatisation, formations et intelligence artificielle peuvent aider les équipes commerciales à rechercher, préparer et organiser leur travail.

Mais ils n'exécutent pas la vente à leur place.

L'étude State of Sales 2026 de Salesforce, menée auprès de 4 050 professionnels de la vente dans 22 pays, indique que le commercial moyen ne consacre que 40 % de son temps à vendre et que près d'un commercial sur deux estime manquer de capacité pour effectuer suffisamment de prospection sortante.

Masters Sales appelle « execution gap » l'écart entre le niveau d'exécution commerciale qu'une organisation souhaite maintenir et celui qu'elle parvient réellement à maintenir face aux contraintes quotidiennes.

« Quand l'activité ralentit, on peut retravailler une présentation, changer de CRM, suivre une formation ou préparer une nouvelle stratégie. Tout cela peut être utile. Mais à un moment, il faut aller vers le marché et lui parler. »
— Mathieu Bloch, fondateur de Masters Sales

Le club apporte un cadre d'exécution commerciale bienveillant, dynamique et motivant pour renforcer et maintenir ce rythme : aller régulièrement vers les clients, ouvrir de nouvelles portes, créer des opportunités et faire progresser les affaires.

Créer le pipeline. Le faire progresser. Signer.

Lors des Power Hours, organisées trois fois par semaine, les membres travaillent sur leurs propres prospects et leur propre marché, en même temps que les autres participants : appels, follow-ups, réactivations et prochaines actions.

Les Deal Pods permettent ensuite de travailler sur les opportunités existantes, d'identifier les blocages et de décider de la meilleure action suivante. Les Method Rooms mensuelles permettent de s'exercer en groupe aux méthodes utiles à chaque étape du cycle de vente.

L'animateur exécute lui aussi.

« Si je demande aux membres du club de prendre leur téléphone et d'appeler leurs prospects, je dois montrer comment faire devant eux. On exécute ensemble, on prend les refus ensemble et surtout on célèbre les succès ensemble. Oui, la vente peut être dure. Mais ensemble, qu'est-ce qu'on se marre ! »

Plus de 16,1 millions d'euros de pipeline suivi

Au 24 août 2026, 345 opportunités commerciales étaient suivies dans RMK6 dans le cadre des activités Masters Sales, représentant plus de 16,1 M€ de valeur brute de pipeline et 880 k€ de valeur pondérée selon leur stade commercial. Ces données proviennent d'un snapshot RMK6 contrôlé en interne ; un ledger anonymisé est disponible pour vérification par les journalistes sur demande.

Masters Sales opère déjà à l'international et a travaillé avec des professionnels et entreprises de plusieurs pays, notamment en Europe, en Asie, au Moyen-Orient et aux États-Unis.

Utiliser la technologie pour libérer du temps pour l'humain

Masters Sales utilise lui-même la technologie et l'intelligence artificielle pour la recherche, la préparation, l'analyse et l'automatisation.

L'objectif n'est pas de remplacer la relation commerciale mais de lui donner plus de temps.

« Nous voulons utiliser la technologie pour libérer du temps afin de créer de vraies relations humaines. Car la vente, c'est ça : faire en sorte que les clients fassent un bout de chemin en excellente compagnie. »

Les sessions travaillent sur de vrais prospects, clients et opportunités. Elles sont donc confidentielles : ce qui se passe dans le Club reste dans le Club.

Les journalistes peuvent demander à observer une Power Hour, mais la règle est la même pour tous : pour entrer, il faut accepter la charte du Club et ses règles de confidentialité.

À propos de Masters Sales™

Masters Sales™ est un Sales Execution Club fondé à Wetzikon, en Suisse, par Mathieu Bloch, MSc., ingénieur et professionnel de la vente B2B disposant de plus de 25 ans d'expérience internationale.

Le Club combine Power Hours, Deal Pods, Method Rooms, méthodes de vente et outils d'activation commerciale pour aider les professionnels B2B à maintenir leur rythme d'exécution et faire progresser leur pipeline.

Presse / interviews

Mathieu Bloch, MSc.

Fondateur — Masters Sales

Wetzikon (ZH), Suisse

masterssales.en@gmail.com

+41 79 282 39 09

Dossier presse, sources, chiffres vérifiés, photos et logos :

<https://masterssales.com/press>