

Atelier Business
Talents Féminins
4 septembre 2020



RÉUSSIR SA PROSPECTION TELEPHONIQUE

PREAMBULE



- La prise de rendez-vous **suscite la Curiosité**
- La prospection établit un **premier contact avec l'éventuel futur client**
- Le premier contact **n'a pas pour but de vendre, mais de trouver avec le prospect un moment pour lui présenter une solution.**
L'argumentaire ne concernera pas le produit mais les effets apportés par une solution

Dans la grande majorité des cas, vous appelez un chef d'entreprise qui :

- N'attend pas votre appel
- Ne vous connaît pas
- Est en train de faire autre chose
- N'a pas de temps à perdre
- N'a pas un besoin urgent de ce que vous lui proposez
- A l'habitude, quand un représentant l'appelle, de dire NON



LE PITCH

A vous de jouer !



4 POINTS A OBSERVER :

- **Être bref :**

- Une prise de rendez-vous téléphonique **ne doit pas durer plus de 20 secondes**
- Ne perdez pas de temps à parler de vos produits ou de votre manière de réaliser un audit. Vous devez rester focalisée sur **votre objectif : fixer un rendez-vous.**

- **Être différent :**

- Dans sa présentation, le ton (humour), le contexte, etc...

- **Être dynamique :**

- **Etre directe, concise vous vaudra la reconnaissance de votre interlocuteur.** Le dynamisme de votre voix et de votre entretien laisse présager le dynamisme de votre solution.
« Vous bénéficierez d'un diagnostic fiable, tout en restant concentré sur votre activité courante »

- **Être directif :**

- C'est à vous de **proposer le choix du rendez-vous et non au client.** Préparer donc 2 possibilités. C'est la technique classique de l'alternative.

LES BONS COMPORTEMENTS :

- **La disponibilité, l'écoute :**

- Être à 100% avec mon interlocuteur

- **L'empathie :**

- Percevoir ce qu'il ressent pour adapter mon comportement et mon intervention.

- **Le sourire :**

- Rassurant, il incite l'interlocuteur à s'exprimer. Il traduit votre disponibilité et met en place un climat de confiance et de complicité.

- **L'énergie :**

- Elle est communicative, donne une image positive et d'aisance relationnelle. Elle transmet de l'assurance et de la conviction à votre discours.

LES BONS COMPORTEMENTS :

- **L'assertivité :**

- S'affirmer dans la relation avec l'autre tout en le respectant. Toujours se positionner d'égal à égal.

- **L'adaptabilité, la réactivité :**

- C'est à vous de vous adapter à votre interlocuteur (niveau de vocabulaire, compréhension, volume de voix, attitude...)

- **La directivité :**

- C'est vous qui dirigez l'entretien et non l'interlocuteur.

- **La positivité, la confiance en soi :**

- Croire en soi, ses compétences et en ses produits.

MODE OPÉRATOIRE :

- **Vérification des coordonnées :**

- Vérifier que l'on s'adresse au bon interlocuteur
- Cette phrase a pour effet de décontracter le client à l'écoute de son nom

Monsieur Bourgeois ?

- **Présentation courte :**

Il s'agit de mettre en avant de façon très rapide :

- la proximité géographique de votre entreprise
- Votre spécialisation et votre expertise dans votre domaine

Bonjour, Céline Dion de l'entreprise X, Je suis spécialisée en ... Mon expertise permet de vous apporter un conseil personnalisé en matière de ...

- **L'accroche :**

- Capturer l'intérêt rapidement et susciter l'intérêt (intérêt que votre solution va produire à votre interlocuteur) :
 - gain de temps
 - gain de qualité
 - optimiser son budget

Je vous propose de vous apporter un appui extérieur qui vous permettra de gagner du temps, de bénéficier de conseils personnalisés, d'un suivi régulier et d'une solution financière compétitive,

MODE OPERATOIRE :

- **L'alternative :**

- Enchaîner sans laisser de blanc dans le discours
- L'alternative est une question laissant au client le choix (entre 2 dates)
- Rassurer le client en lui indiquant tout de suite la durée du rendez-vous

Je vous propose de vous rencontrer pour en discuter la semaine prochaine ?

- *Vous préférez le matin ou l'après-midi ?*
- *Vendredi 10 h ? ou mardi 14h ?*

Il faut prévoir 45 minutes environ,

- **Reformulation et clôture :**

- Sert à éviter tout malentendu et à inciter le client à noter le rendez-vous sur son agenda
- Proposer d'envoyer un texto après l'appel avec le rappel du rdv et nos coordonnées (vérifier son numéro de portable)

Nous avons donc dit vendredi 10 septembre à 10h30.

Je vous propose de vous envoyer un texto avec la confirmation de notre rendez-vous et mes coordonnées,

Pouvez-vous me confirmer votre portable ?

Parfait, merci de votre accueil et excellente journée !

GESTION DES OBJECTIONS :

- **Soulever les objections :**

- Identifier les résistances en posant des questions :
- « Qu'est-ce qui vous fait hésiter ? »



Ne pas chercher à connaître l'objection, ne fait pas vendre

- **Accepter les objections :**

- Acceptez les comme une préoccupation légitime de sa part et ne les contrez pas. Idéalement, commencez par « oui....Je comprends.....Bien sûr..... »

- **Neutralisez l'objection :**

- Reformulez son objection : « Vous voulez dire que cette offre ne vous convient pas ? Qu'est-ce qui ne vous convient pas ? »

- **Zoomer sur la solution :**

- Justement je vous propose de nous rencontrer pour vous expliquer en détail ce que je peux vous apporter par mon expertise,

EXEMPLE D'OBJECTIONS :

*Non, je n'ai pas le temps et je ne suis pas intéressé :
Je comprends que votre temps soit précieux, mais je souhaite vous présenter
une solution qui vous fera gagner de l'argent... et du temps !*

*Renvoyez-moi une documentation : Indiquez-lui que vous en avez que pour 2 minutes,
S'il insiste, proposez-lui de lui envoyer par mail et de fixer un rendez-vous pour avoir son
retour et analyser son besoin*

*J'ai déjà un fournisseur : D'accord, vous vous êtes déjà posé les bonnes
questions. Et s'il existait une solution plus performante et économique, est-ce
que vous l'étudieriez ?*

JEUX DE RÔLE

A vous de jouer !



CONCLURE :

- **Objectif : Obtenir un accord, fixer éventuellement un nouveau rendez-vous**
- Être pro actif (aller chercher la réaction du client si besoin)
- Ne pas se laisser envahir par la peur
- Être enthousiaste et motivé
- Faire preuve d'assertivité
- Utiliser un langage positif
- Avoir confiance en soi (mais pas trop !)
- Et en cas de refus, gardez le sourire et remerciez votre interlocuteur de son accueil

Une fois le client convaincu, expliquez le déroulement de la suite : (rencontre du décideur, réunion d'information avec les salariés, entretien de conclusion...)

S'assurer de la bonne compréhension de votre interlocuteur



MERCI DE VOTRE ATTENTION

ET

BONNE PROSPECTION !

TALENTS FÉMININS

Actrices de l'Économie des SAV^QIE