

Conseil pour la prospection et pour la vente



Résumé d'auteur :

Ce manuel est un guide méthodologique pour une première approche avec des prospects puis pour engager une relation durable avec le client.

Auteur	Date	Visa
Yves CASTEL	17/10/2014	

Application autorisée par	Date	Visa
Yves CASTEL	17/10/2014	

Gestion des modifications			
Edition	Date	Auteur	Modifications
1	02/12/2003	Yves CASTEL	Création
2	17/10/2014	Yves CASTEL	Réédition sous format MAMET



1 LA PRISE DE RENDEZ-VOUS

L'unique objectif du 1^{er} contact est la prise de rendez-vous.

1.1 Au téléphone :

Préparation matérielle :

- Endroit calme
- Fiche prospect à proximité
- Argumentaire téléphonique
- Bloc note et stylo
- Agenda
- Liste des appels

Préparation psychologique :

- Calme, décontraction, sourire
- Respiration profonde
- Début par les appels les plus faciles pour gagner de la confiance

L'expression :

- Sourire dès le début de l'appel
- Phrases courtes et précises
- Ton chaleureux courtois et convaincant
- Audible (pas vite, pas fort)
- Ne pas réciter, être entraîné

Présentation :

Du type : Yves CASTEL : conseiller à J2C services

Le barrage : Le secrétariat

Questions à éviter :

- Est-ce que M. DURAND est là ?
- Pouvez-vous me passer M. DURAND ?
- Pourrai-je parler M. DURAND



1.2 Les questions du secrétariat :

C'est à quel sujet ?

M. DURAND est occupé, il est en réunion

Il a demandé que vous lui envoyiez la doc.

Il faut être ferme, assuré et complice.

L'assurance :

Je souhaite parler à Pierre DURAND de la part d'Yves CASTEL de J2C services, merci.

La fermeté :

Passez-moi Pierre DURAND s'il vous plaît et dites lui que c'est de la part de Yves CASTEL de J2C services.

La référence :

Bonjour Madame, mon nom est Yves CASTEL de J2C services, Louis DUPONT a dû parler de mon appel à Pierre DURAND, dans ces conditions, pouvez-vous me le passer, SVP.

La complicité :

Bonjour Mademoiselle, Yves CASTEL de J2C services au téléphone, je dois parler à Pierre DURAND, je sais qu'il est très occupé actuellement. Soyez gentille de me dire à quel moment je peux le rappeler. Je n'en aurai que pour 2 à 3 minutes. Mais peut-être est-il disponible maintenant ? Dîtes lui que Yves CASTEL de J2C services est en ligne pour une collaboration entre lui et notre société.



1.3 Les contre - arguments :

Je n'ai pas le temps
 J'ai ce qu'il faut
 Je suis content de mes fournisseurs
 Ca ne m'intéresse pas
 Envoyer moi votre documentation
 Ce n'est pas moi qui m'occupe de cela

Ca ne m'intéresse pas : Considérez M. DURAND ce court rendez vous comme un entretien d'informations. Le jour où un problème se posera, vous aurez toutes les données pour le résoudre. Je passe justement près de chez vous, pouvez-vous me recevoir 10 à 15 minutes ?

Envoyez moi votre documentation : certainement M. DURAND. J'ai bien peur qu'elle ne soit que trop générale et pas forcément adaptée à vos besoins précis et c'est probablement ce que vous recherchez. Je préfère vous la porter et vous la commenter. Je passe justement près de chez vous, pouvez-vous me recevoir 10 à 15 minutes ?

Ce n'est pas moi qui m'occupe de cela : pouvez vous M. DURAND alors m'indiquer qui est en charge de ces affaires ou mieux encore me le passer directement par transfert de ligne ?

1.4 Les contre -contre - arguments :

Je n'ai pas le temps : puisque vous n'avez pas de temps, je vous propose un premier rendez-vous rapide de 15 minutes. Quand est-ce que l'on peut se rencontrer ?

J'ai ce qu'il faut : J'en suis persuadé M. DURAND. C'est pourquoi vous pourrez comparer facilement les prestations proposées à celles existantes, leur efficacité. Bref l'amélioration de la qualité et des performances de vos constructions. Et il ne vous faudra qu'un bref instant pour décider si je peux vous être utile. Quand pouvons-nous nous rencontrer ?

Je suis content de mes fournisseurs : Je comprends que vous n'avez pas envie d'en changer, M. DURAND puisque vous êtes satisfait. Vous savez donc ce qu'ils vous apportent et ce que vous souhaitez avoir de plus. Je passe justement près de chez vous, pouvez-vous me recevoir 10 à 15 minutes ?



- **Ca ne m'intéresse pas** : Considérez M. DURAND ce court rendez vous comme un entretien d'informations. Le jour où un problème se posera, vous aurez toutes les données pour le résoudre. Je passe justement près de chez vous, pouvez-vous me recevoir 10 à 15 minutes ?
- **Envoyez moi votre documentation** : certainement M. DURAND. J'ai bien peur qu'elle ne soit que trop générale et pas forcément adaptée à vos besoins précis et c'est probablement ce que vous recherchez. Je préfère vous la porter et vous la commenter. Je passe justement près de chez vous, pouvez-vous me recevoir 10 à 15 minutes ?
- **Ce n'est pas moi qui m'occupe de cela** : pouvez vous M. DURAND alors m'indiquer qui est en charge de ces affaires ou mieux encore me le passer directement par transfert de ligne ?

1.5 Les conseils de Kathy Labarre

- Contact téléphonique pour RDV :
Ce contact doit être ferme, pas hésitant puisque nous apportons des outils de progrès au prospect.
Les consultants ou vendeurs se présentent en tant que Responsable Régional d'une nouvelle structure SIBA (on ne parle pas de consultants). La personne se présente comme patron pour une structure inférieure à 20 personnes, et comme directeur pour une entreprise supérieure à 20 personnes.
On parle d'égal à égal avec le responsable de l'entreprise, de l'organisme "prospect".
Pour prendre RDV, nous insistons sur le fait que nous connaissons bien les fonctionnements des entreprises et apportons des réponses aux entreprises avec une démarche personnalisée.



2 L'ENTRETIEN

2.1 Accueil chaleureux

- Etre tourné vers l'autre :
 - le regard : franc et sympathique
 - le sourire qui rassure
 - le visage sympathique et détendu
 - des gestes vrais, naturels, fluides et spontanés (pas de gestes nerveux, brusques,..)
 - le corps stable, bien campé sur les jambes et les hanches, assise confortable sur le siège, les épaules tournées vers l'interlocuteur

2.2 Le dialogue (pas de monologue)

Avant tout **le client est unique et précieux.**

Je sais que vous êtes très occupé M. DURAND

Pouvez-vous me parler un peu de votre entreprise ? Je vous parlerai de nos prestations ensuite.

Aussi je vous propose que nous présentions de manière synthétique mutuellement nos activités. Puis nous passerons à une conclusion en essayant de ne pas abuser de votre temps.

Posez des questions ouvertes :

- que pensez vous de ?
- pouvez vous me donner votre avis sur ?

Posez des questions alternatives :

- parmi ces 2 avantages, lequel vous paraît le plus intéressant.... ?

Laissez quelques silences, votre interlocuteur en a besoin.



2.3 Recherche d'arguments, l'écoute

Pendant l'exposé du client, il faut prendre des notes, poser des questions ouvertes (pouvez-vous m'expliquer ? Comment est organisée, je n'ai pas bien compris la relation entre et).

Notez quelques arguments pour rebondir :

- Les effectifs ?
- Le service qualité ?
- Qui prépare l'avenir ?
- Qui manage les indicateurs ?
- Le client est-il content ?
- Comment est-on sûr que les procédures sont suivies ?
- Comment sont gérés les dysfonctionnements ?

2.4 Présentation des prestations

- Dérouler le DEP
- L'amélioration continue
- La formation
- Le support

DONNER DES PREUVES DE CE QUE VOUS AVANCE

UTILISER TOUTES LES OBJECTIONS

DETECTER TOUS LES CLIGNOTANTS

- attitude du propriétaire,
- demande de garanties,
- question sur des points de détail,
- demande d'avantage,
- fausse objection,
- retour mou sur une objection.

EVITER DE PARLER DU PRIX DANS CETTE PHASE

- Présenter le patch Internet

Si vous avez l'ordinateur portable : faire dérouler la présentation power-point.



2.5 Les conseils de Kathy Labarre

- Il est impératif de détecter le besoin du client pour lui apporter des réponses.
- Dans un premier temps, le vendeur doit se présenter synthétiquement (en moins de 2 minutes) en mettant en avant son expérience, son professionnalisme. L'interlocuteur doit sentir qu'il n'y a aucun doute, aucun risque avec le vendeur. NOUS APPORTONS DES REPONSES, plus qu'une vente de marchandises. Il est préférable de ne jamais parler de catalogue de prestations, nous ne sommes pas "la Redoute".

3 LES CONCLUSIONS

Il faut conclure avant de partir

Dès que les clignotants du prospect se sont allumés, il faut :

- agir comme si c'était fait,
- rendre la décision urgente,
- utiliser la méthode du bilan,
- technique de la dernière objection,
- transformer le client en vendeur,
- donner un avantage supplémentaire.
- Si un accord est acquis, il faut :
- partir rapidement d'un pas décidé,
- féliciter le client,
- lui proposer un service (l'aider à monter un dossier de prise en charge, ..)

Si l'accord n'a pu se faire, il faut :

- préserver l'avenir,
- remercier du temps qu'il vient de nous accorder,
- faire bonne apparence en partant tout en essayant de reprogrammer un passage.

Texte inspiré des techniques de vente qui font vendre de Marc CORCOS.

