

Recommandations et argumentaires

Prise de rendez-vous par téléphone

Objectif : Fixer des Rendez-vous !

Nous allons cibler ici la prise de rendez-vous prospects, donc par définition des entreprises ou des particuliers qui ne sont pas encore clients et chez qui un potentiel existe (pas de besoins = pas de rendez-vous dans l'immédiat).

Il est très important d'être **organisé(e) et préparé(e)** mentalement pour réussir votre prise de rendez-vous. Un logiciel de CRM (relation clients) de type Salesforce ainsi qu'un abonnement Skype vous aidera (voir Etape 1 du cycle de vente – Avant de se lancer, sous votre espace abonné).

Ayez également votre calendrier ouvert et maîtrisez les bases de votre produit. Pas besoin d'être un(e) expert(e), au contraire ! Plus vous en direz moins vous aurez de chance de prendre un rendez-vous.

Le plus important est de **garder en tête votre objectif tout au long de l'appel. Il ne s'agit pas de vendre votre produit mais uniquement de fixer un rendez-vous.** Vous allez donc vendre le rendez-vous à votre prospect ! Prenez cela comme un jeu et jamais comme une attaque personnelle (lorsque vous aurez des réactions négatives). Restez poli(e) et courtois(e) mais ferme dans les situations les plus difficiles. Vous n'êtes pas là pour vous faire insulter ! Vous êtes là pour apporter de la **valeur ajoutée** à votre interlocuteur, donc traitez d'égal à égal...Ne vous sentez JAMAIS en position de faiblesse. **Un NON aujourd'hui est un OUI plus tard donc PERSEVEREZ !**

Enfin, la prise de rendez-vous par téléphone doit être ciblée en fonction des prospects que vous visez. Une bonne base de données intégrée à votre logiciel de prise de rendez-vous (CRM) est essentielle. Essayez de trouver le nom de votre interlocuteur avant votre prise de contact (via les réseaux sociaux professionnels comme LinkedIn ou Viadeo par exemple), vous passerez le « barrage secrétaire » plus facilement.

N'oubliez pas que le **volume** est aussi la clé du succès : plus vous appelez d'entreprises/particuliers, plus vous aurez de chances de prendre des rendez-vous. Pour plus d'informations et pour suivre pas à pas la phase préparatoire, rendez-vous à l'étape 1 – Avant de se lancer, sous votre espace abonné.

Nous avons pris ici à titre d'exemple, un logiciel de planification de rendez-vous pour des salons de coiffure (**Exemple 1**) et une solution de formation linguistique par internet (**Exemple 2**). Vous devrez donc bien entendu modifier cet argumentaire en fonction de ce que vous vendez mais la trame reste la même pour toute démarche de vente aux entreprises (BtoB : business to business). Pour la vente aux particuliers (BtoC : business to consumer), l'approche est légèrement différente mais la structure reste la même (un mini sondage au départ peut faire son effet mais trouve vite ses limites). La vente aux entreprises s'inscrit dans une démarche long terme, alors que la vente aux particuliers est généralement une vente « one shot » (court terme), sans relation durable par la suite.

Aujourd'hui, la meilleure façon de prospecter des particuliers est de le faire via les nouvelles techniques de commercialisation par internet avec des solutions de marketing digital. Nous n'évoquerons pas ces différentes méthodes dans ce document mais cela fera l'objet de nouveaux supports de formation publiés sous l'espace abonné de BonCommercial.com.

Nous vous proposons ici un script opérationnel en langage parlé qui vous servira de guide pour fixer des rendez-vous. La méthode recommandée est d'**utiliser le TELEPHONE**. Cet outil, bien que décrié par

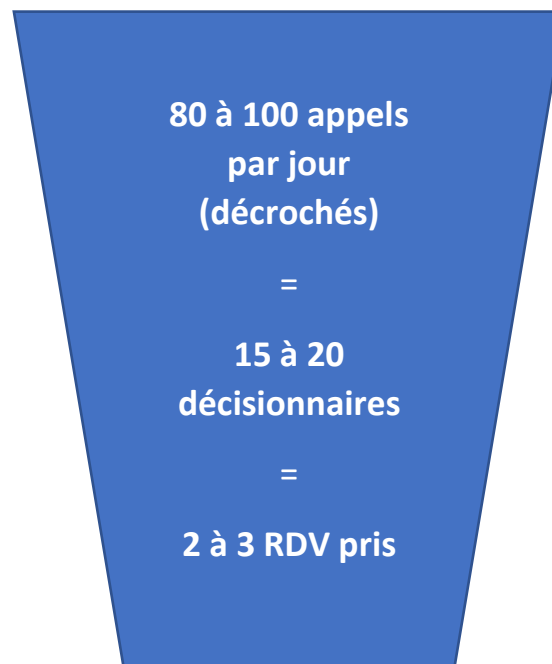
certain, vous permettra de **QUALIFIER très précisément et rapidement votre prospect** pour soit fixer un rendez-vous car il y a un potentiel, soit au contraire s'arrêter là selon vos critères.

Qualifier votre prospect ici veut dire déterminer si celui-ci peut avoir besoin de votre solution ou pas, et à quel moment !

Qualifier = Besoin potentiel + Bon moment = Rendez-vous

Pour ceux qui sont adeptes de l'emailing, même si cela peut constituer une phase préalable dans certains cas, cela ne doit JAMAIS remplacer le téléphone par la suite pour une raison simple : comment pouvez-vous déterminer si votre prospect a des besoins sans échanger directement avec lui ?

Aussi, **ne laissez pas de message**. Personne ne vous rappellera et vous supprimerez votre effet de surprise. Donc si votre interlocuteur ne répond pas, passez à l'appel suivant et rappelez-le plus tard. Gardez à l'esprit que vous devez adopter une stratégie de volume. Selon votre secteur d'activité, vous pouvez vous attendre aux chiffres ci-dessous. L'important est de **fixer vos objectifs** de la journée et de la semaine : **Combien de rendez-vous voulez-vous prendre ?**



Argumentaire - Exemple 1

Quelques astuces pour passer le barrage secrétaire

- La/le réceptionniste du matin n'est pas forcément celle/celui de l'après-midi...Donc rappelez à un autre moment de la journée si vous êtes bloqués.
- Changez le dernier chiffre du numéro de téléphone. Vous demanderez à la personne à qui vous allez parler de vous passer la bonne personne en vous transférant l'appel. Vous contournez ainsi le barrage secrétaire.
- Consultez les réseaux sociaux et trouvez le nom du bon interlocuteur...Ou d'autres noms d'interlocuteurs potentiels le cas échéant.
- Appelez de la part de Monsieur ou Madame X.
- OUI, vous avez déjà été en contact avec votre interlocuteur...Même si ce n'est pas tout à fait vrai !

En ROUGE : la réponse de l'interlocuteur

En BLEU : ce qu'il vous convient de faire

Secrétaire / Non décisionnaire

Bonjour Madame/Monsieur, Sarah Briallon société Entreprise.com, je souhaiterais parler au Responsable de votre salon svp (voix descendante pour asseoir votre autorité et position).

C'est pourquoi ? :

Notre solution Entreprise.com est un outil personnalisé de gestion des rendez-vous clients et c'est pourquoi je souhaiterais parler à votre Responsable, merci ! (un peu ferme mais poli, voix descendante).

Non je ne suis pas autorisé à vous le passer :

Ah, je comprends mais j'ai vraiment besoin de lui parler donc à quel moment puis-je le/la joindre s'il vous plait ?

Envoyez un email s'il vous plait :

Je comprends mais j'ai vraiment besoin de lui parler donc à quel moment puis-je le/la joindre s'il vous plait ? **Si refus** : Son adresse email est ? Il s'agit de Monsieur ou Madame ? **PAS DE « EST-CE QUE » ou « PUIS-JE »** car vous n'avez pas de permission à demander !

Vous pouvez lui envoyer un email à info@...com :

Merci mais je lui ai déjà envoyé et en plus à chaque fois que j'envoie un email sur une adresse générale, la personne visée ne le reçoit jamais. Je ne veux pas perdre mon temps, ni le vôtre ou le sien donc passez-moi votre Responsable svp (**ferme mais poli, voix descendante**).

Alternative (lorsque le nom vous est connu) : vous avez tenté de trouver son adresse email sur internet et vous la vérifiez auprès de votre interlocuteur : l'email de M./Mme X c'est bien blablabla@societe.fr ? A quel moment j'arriverai à l'atteindre ? **Prendre le nom, ligne directe, ainsi que la date et l'heure de rappel si l'interlocuteur n'est pas disponible (mettre à jour votre CRM)**.

Décisionnaire (Responsable ou Gérant)

Bonjour, Sarah Briallon société Entreprise.com, vous êtes bien le/la Responsable du salon ?

Non :

Ah désolé, je pense qu'il y a eu une erreur de transfert, je souhaiterais parler au Responsable du salon s'il vous plait. Il s'agit de Monsieur ou Madame ?

Oui mais je n'ai pas le temps maintenant :

D'accord pas de problème, quand est-ce que je peux vous rappeler sans vous déranger ? (Date et heure de rappel, mise à jour de votre CRM)

Oui c'est moi :

Très bien, enchanté(e) ! Notre solution Entreprise.com est un outil personnalisé de gestion des rendez-vous clients en ligne et je souhaiterais planifier un entretien téléphonique avec vous, alors pas forcément maintenant mais dans les prochains jours, afin de comprendre ce que vous avez en place aujourd'hui, vous présenter notre solution, et déterminer ensemble si on peut vous apporter une valeur ajoutée... Quand est-ce que vous seriez disponible ?

Vert = ce que nous faisons

Violet = pourquoi je vous appelle (l'objectif)

Jaune = on ne laisse pas le choix, on demande sa disponibilité pour fixer un rendez-vous ! (donc pas de « est-ce que » ou « puis-je »)

Je ne suis pas intéressé :

Je comprends mais je ne vous ai pas encore présenté notre solution...Pour quelles raisons sans indiscrétion ?

(Argumenter en fonction en pensant bien à l'objectif qui est de fixer un RDV)

Je n'ai pas de besoin :

Je comprends...Est-ce que ça veut dire que vous travaillez sur un agenda traditionnel ou que vous avez déjà une solution en ligne de prise de rendez-vous ? (pas de besoin ne veut rien dire en soi, il faut savoir si la place est prise par un concurrent ou si votre interlocuteur n'a pas encore conscience de son besoin).

- Agenda traditionnel :

Très bien, notre solution est spécifiquement conçue pour être très simple d'utilisation avec beaucoup plus de fonctionnalités qu'un agenda traditionnel donc c'est pour cela que je souhaiterais en parler plus longtemps avec vous...Quand est-ce que vous seriez disponible ?
Silence...attendre sa réponse et argumenter si réponse négative

- Nous travaillons déjà avec un outil similaire/un de vos concurrents :

Très bien, quel type de solution avez-vous ? Silence, le/la laisser parler

Comment ça se passe ? Silence, le/la laisser parler

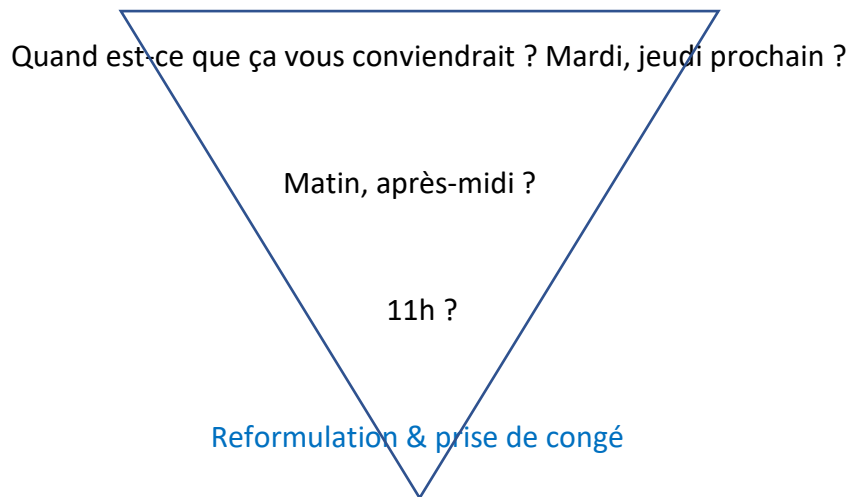
Nous ne sommes pas là pour remplacer votre solution actuelle mais plutôt vous présenter quelque chose de différent et de complémentaire avec d'autres fonctionnalités et c'est pourquoi je souhaiterais vous en parler plus longuement à un autre moment...Quand est-ce que vous seriez disponible ? Silence...attendre sa réponse et argumenter si réponse négative, notamment si votre interlocuteur vous a mentionné des insatisfactions quant à la solution concurrente.

Vous faites quoi exactement ?

Nous proposons un outil personnalisé de gestion des rdv clients en ligne qui vous permet de gagner du temps, d'offrir un meilleur service à vos clients et vous fait économiser de l'argent avec des fonctionnalités très pratiques comme l'envoi automatique de sms de rappel de rendez-vous...Ce que je vous propose c'est justement d'en parler un peu plus longuement ensemble afin que vous compreniez bien comment ça marche...Quand est-ce que vous seriez disponible ? Pause seconde...fixer un rdv, envoyer un email/brochure si réponse négative ou traiter les objections (ci-dessus) que votre interlocuteur peut mentionner (prendre son email et rappeler plus tard selon indications du Responsable ou une semaine après si pas d'indication – mettre à jour votre CRM).

Oui pourquoi pas :

Fixez un rdv en appliquant la technique de l'entonnoir (mettre à jour le CRM).



Lors du rappel après envoi de brochure : Bonjour Madame/Monsieur, Sarah Briallon société Entreprise.com, comment allez-vous ? Je vous appelle car je vous ai envoyé notre brochure il y a quelques jours et je voulais savoir si vous aviez eu le temps de la regarder...et ce que vous en pensez ? Silence, essayez d'en savoir plus et creusez. Le rappel est un prétexte pour essayer de fixer à nouveau un rdv avec votre interlocuteur. Selon réponse, fixez un rdv ou rappelez plus tard (mettre à jour votre CRM).

Argumentaire - Exemple 2

Nous allons directement au bon interlocuteur : Responsable Formation, Responsable Ressources Humaines ou Dirigeant selon structure dans ce cas précis.

Bonjour Madame/Monsieur, Paul Dubois société X, c'est bien vous qui vous occupez de tout ce qui est formation dans votre entreprise ? [Pause seconde...](#)

Excusez-moi mais je n'ai pas le temps :

Ah pardon, quand puis-je vous rappeler sans vous déranger ? : [prendre date et heure du rappel puis mettre à jour votre CRM.](#)

Oui :

Très bien, [nous sommes spécialisés dans la formation en langues par classe-virtuelle](#) et [je souhaiterai vous rencontrer dans les jours prochains](#), afin de comprendre votre politique de formation et vous présenter notre solution ([rajouter](#) « afin de déterminer si nous pouvons avoir une valeur ajoutée à travailler ensemble » [en fonction de la qualité de l'appel](#))...[Quand est-ce que vous auriez-vous une disponibilité ?](#)

[Vert = ce que nous faisons](#)

[Violet = pourquoi je vous appelle \(l'objectif\)](#)

[Jaune = on ne laisse pas le choix, on demande sa disponibilité afin de fixer un rendez-vous \(pas de « est-ce que » ou « puis-je »\)](#)

Non ça ne m'intéresse pas :

D'accord, puis-je vous demander pourquoi ?

[2 possibilités : pas de besoin c'est-à-dire qu'ils ne forment personne \(dans ce cas envoi brochure et non nécessité de planifier un rdv\), ou alors ils ont déjà un prestataire et sont satisfaits. Dans ce dernier cas, creusez en posant des questions afin de qualifier votre prospect pour planifier ou non un rdv selon vos critères :](#)

- Combien d'apprenants suivent cette/ces formations ? [pause silence...en attente réponse](#)
- De quel type de formation s'agit-il ? (cours de groupe/individuel/téléphone/e-learning/classe-virtuelle) [pause silence en attente réponse](#)
- A quel moment de l'année la politique formation est-elle revue ? [pause silence en attente réponse, puis répondre](#) : Nous ne sommes pas là pour remplacer votre/vos prestataires actuels ([le but est de rassurer votre interlocuteur](#)) mais pour vous offrir une solution complémentaire afin de combler vos besoins de formation à 100%...Quand est-ce que vous auriez une disponibilité pour en parler un peu plus longuement ? ([toujours rebondir sur la prise du rdv = votre objectif d'appel](#))

Vous faites quoi exactement ?

Pour faire simple, nous proposons des formations en langues à distance (Anglais, Allemand, Français, Espagnol, Italien, Chinois, etc...) par classe-virtuelle. C'est-à-dire qu'à chaque fois que vous prenez un cours avec nous, vous prenez un cours individuel avec un VRAI formateur en utilisant notre classe-virtuelle qui vous offre une flexibilité de 24h/24 et 7j/7 sans devoir vous déplacer pour suivre votre cours...Ce que je vous propose c'est d'en parler justement un peu plus longuement afin que vous compreniez bien comment nous fonctionnons., Quand est-ce que vous auriez une disponibilité ? [Pause seconde...fixez un rdv ou envoyez la brochure si réponse négatif \(prendre son email et rappelez plus tard selon indications du Responsable Formation ou une semaine après au plus tard si pas d'indications – mettre à jour votre CRM\).](#)

Oui pourquoi pas :

[Fixez un rdv en appliquant la technique de l'entonnoir \(puis mettre à jour votre CRM\).](#)

Quand est-ce que cela vous conviendrait ? Mercredi, jeudi prochain ?

Matin, après-midi ?

14h ?

[Reformulation](#)

[Prendre congé](#)

[Lors du rappel après envoi de brochure \(si pas de rdv encore fixé\)](#) : Bonjour Madame/Monsieur, Paul Dubois société X, vous allez bien ? Je me permets de vous appeler car je vous ai envoyé notre brochure la semaine dernière et je voulais savoir si vous aviez eu le temps de la regarder...et ce que vous en pensez ? [Essayez d'en savoir plus par rapport à la politique formation de l'entreprise...N'oubliez pas que votre objectif est toujours de fixer un rdv \(s'il y a un besoin bien entendu\).](#)