

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.

Vous devrez bien entendu adapter l'argumentaire ci-dessous en fonction de votre offre mais la trame reste la même pour toute démarche de vente B to B. Pour la vente aux particuliers (B to C), 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.

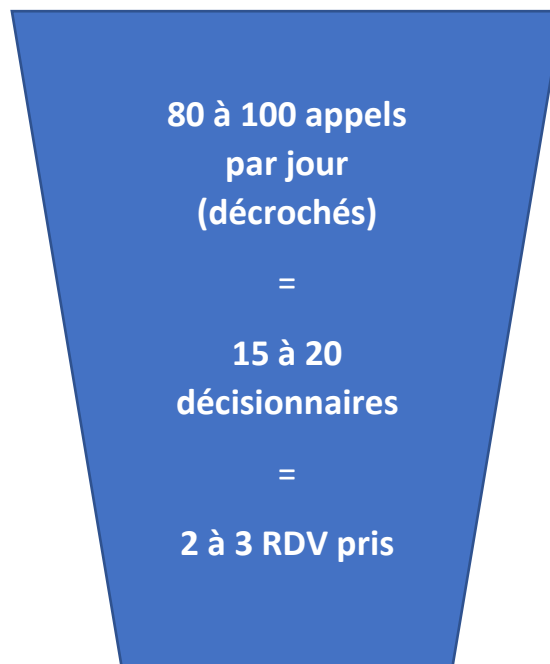
Nous vous proposons ici un script opérationnel en langage parlé qui vous servira de guide pour fixer des rendez-vous. La méthode recommandée est d'**utiliser le TELEPHONE**. Cet outil, bien que décrié par certains, vous permettra de **QUALIFIER très précisément et rapidement votre prospect** pour soit 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

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 B4C, je cherche à joindre votre Responsable Commercial s'il vous plait (voix descendante pour asseoir votre autorité et position).

C'est pourquoi ? :

Nous sommes spécialisés dans le développement commercial et c'est pourquoi je veux lui parler, 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 ?

OU Ok mais je dois absolument lui parler car il m'avait demandé de le recontacter, merci !

Envoyez un email s'il vous plait :

Je comprends mais j'ai vraiment besoin de lui parler donc on fait comment ?

Si refus : - Il s'agit de Monsieur ou Madame ?

- Et à quel numéro de téléphone j'arriverai à le joindre svp ? PAS DE « EST-CE QUE » ou « PUIS-JE » car vous n'avez pas de permission à demander !
- Son adresse email est ?

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 Commercial 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 blablalbla@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).

Bon interlocuteur : Directeur Commercial ou DG selon la structure.

Bonjour Madame/Monsieur, Paul Dubois B4C, c'est bien vous qui êtes le Directeur Commercial de [société X] ? [Pause seconde...](#)

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

Ah ok, 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 le développement commercial avec 4 lignes de service](#) et [c'est pour cela que je souhaiterai vous rencontrer](#) (dans les prochains jours afin de comprendre votre politique et problématiques commerciales, vous présenter nos solutions, et déterminer si nous pouvons avoir une valeur ajoutée à travailler ensemble), [Quand est-ce que vous auriez une disponibilité ?](#)

- 1- [Vert = ce que nous faisons](#)
- 2- [Violet = pourquoi je vous appelle : objectif = rendez-vous](#)
- 3- [Jaune = on ne laisse pas le choix, on demande sa disponibilité afin de fixer un rendez-vous \(pas de « est-ce que » ou « puis-je » car on se ferme la porte tout seul\)](#)

Vous faites quoi exactement ?

Pour faire simple, nous sommes spécialisés dans le développement commercial B2B. Nous avons quatre lignes de services indépendantes et à la fois très complémentaires les unes des autres :

- Lead Generation, autrement dit la prise de rendez-vous
- Le Recrutement de Business Developers : commerciaux chasseurs
- La Formation commerciale : prospection et acquisition de nouveaux clients
- Le Conseil commercial : diagnostic et structure commercial

et JUSTEMENT, c'est pour cela que je souhaiterai que nous en parlions ensemble...Quand est-ce que vous auriez une disponibilité dans les prochains jours ?

Non ça ne m'intéresse pas / je n'ai pas de besoin :

D'accord...et qu'est-ce que vous entendez par « je n'ai pas de besoin »/ « ca ne m'intéresse pas » ?

2 possibilités :

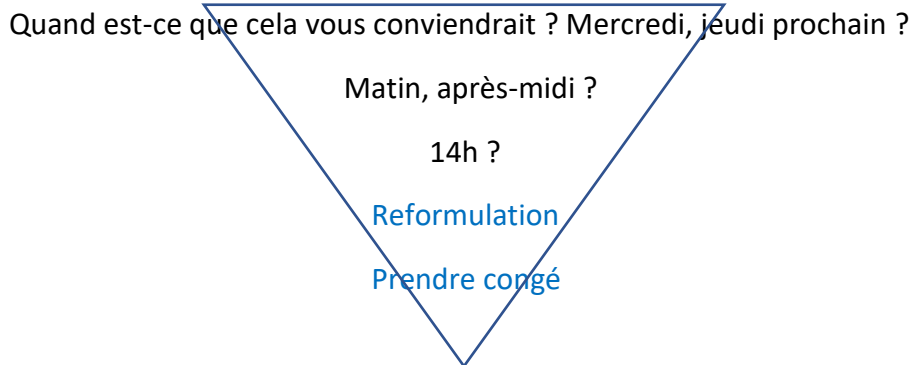
- 1- Pas de besoin c'est-à-dire qu'ils n'ont aucune problématique commerciale du tout...mais on n'y croit pas donc il faut creuser avec des questions pour savoir si tout va bien (assez de clients, assez de marge, de CA...)...et s'ils sont vraiment dans ce cas alors envoi de la plaquette. Updater salesforce et relancer dans 6 mois.
- 2- Ils ont déjà un prestataire et en sont satisfaits : Heureusement que vous ne nous avez pas attendu pour travailler ! Nous ne sommes pas du tout là pour remplacer votre/vos prestataires actuels (le but est de rassurer votre interlocuteur) mais pour vous offrir une solution complémentaire et vous apporter une certaine valeur ajoutée par rapport à lui/eux et JUSTEMENT, c'est pour cela que je souhaiterai qu'on en parle ensemble...Quand est-ce que vous auriez une disponibilité dans les prochains jours ? (toujours rebondir sur la prise du rdv = votre objectif d'appel).

Si vraiment refus et fermé pour l'échange, creuser en posant des questions afin de qualifier votre prospect pour peut-être retourner la situation ou le relancer dans le futur car les besoins évoluent et changent dans le temps.

- Sur quelle ligne de services faites-vous appel à eux ? pause silence...en attente de réponse
- D'accord et quel est leur mode opératoire sur ces sujets-là ? pause silence en attente réponse. Votre objectif ici et de trouver la ou les failles afin de vous engouffrer avec la ou les lignes de services qu'ils n'ont pas !
- Donc la si je comprends bien vous les utilisez que sur le Lead Generation et les missions de conseil, mais quid de la montée en compétences de votre force de vente actuelle ou le recrutement de commerciaux chasseurs pour développer vos ventes ? (ceci est un exemple ! Mettant en uniquement les solutions qu'ils n'ont pas encore : fill the gap !) pause silence en attente réponse, puis répondre : JUSTEMENT, c'est pour cela que je souhaiterai que nous en parlions ensemble...Quand est-ce que vous auriez une disponibilité dans les prochains jours ? (toujours rebondir sur la prise du rdv = votre objectif d'appel).

Oui pourquoi pas :

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



Lors du rappel après envoi de plaquette (si pas de rdv encore fixé) : Bonjour Madame/Monsieur, Paul Dubois société B4C, vous allez bien ? Je vous appelle car je vous ai envoyé notre plaquette la semaine dernière et je voulais savoir si vous aviez eu le temps de la regarder...et ce que vous en pensez ? Ils vous répondront qu'ils n'ont pas eu le temps de la regarder mais qu'ils la garde au chaud en cas de besoin. C'est alors à vous de jouer avec la technique du « justement » pour forcer le rendez-vous. ...N'oubliez pas que votre objectif est toujours de fixer un rdv !