

Décrocher un rendez-vous avec un client prospect est un art qui demande de l'entraînement et une certaine habileté. Quelques démarches sont primordiales pour obtenir ce rendez-vous clé.

Suivez le guide !

QUE PROPOSEZ-VOUS À VOTRE PROSPECT ?

Pour commencer, vous êtes là pour donner satisfaction à votre prospect. Vous devez donc lui apporter les propositions les plus avantageuses. Vos offres sont-elles des solutions à ses problèmes ? Vos solutions peuvent-elles faire augmenter ses ventes ? Donner des détails percutants et utiliser des chiffres significatifs signifient faciliter la prise de décision du prospect. Les techniques de vente doivent être mises en avant. Souvenez-vous-en ! Il faut cerner les besoins du client potentiel. Cela vous donnera les moyens de mieux répondre aux objections et d'avancer des arguments pertinents.

ÉVALUATION DU PROSPECT

Rien de plus frustrant que de voir un interlocuteur inactif. Il n'émet ni refus, ni acceptation. Il ne pose aucune question. Vous auriez même quelques doutes sur vos capacités de persuasion. Seraient-elles inefficaces ou pas suffisamment peaufinées ? Alors que faire ? Vous devez continuer votre démarche sans harceler votre interlocuteur, car cette étape est délicate. Durant votre démonstration, vous ferez face à de nombreux types de personnalités :

1. LE CLIENT SCEPTIQUE

Vous devez savoir ce qui provoque sa réticence, intéressez-vous aux raisons ! Posez-lui une question telle que : vous seriez intéressé si nous pouvons faire (votre offre) pour vous... ?

2. LE CLIENT NEUTRE NE VOULANT PAS S'ENGAGER

Vous devez poursuivre le dialogue tout en essayant d'aller de l'avant. Posez cette question au prospect : Quand seriez-vous disponible pour les semaines à venir ? Ou bien : quels sont vos avis si nous discutons de (votre offre) ... ?

3. LE CLIENT AMICAL ET CONVIVIAL

Vous devez savoir si le prospect est intéressé. N'hésitez pas à faire preuve d'humour afin de faire passer vos arguments. Cela ne veut pas dire que vous allez vivre une romance avec votre futur client, car votre vente n'est jamais garantie avant son paiement, sa signature. N'oubliez jamais la question suivante : que diriez-vous d'un premier rendez-vous ?

4. LE CLIENT TIMIDE

Un prospect timide ne saura jamais vous dire NON ! Le seul problème avec celui-ci, c'est son indétermination. Par conséquent, vous devez prendre les choses en main, en posant des questions telles que : "Vous préférez qu'on fixe le rendez-vous cette semaine ou la semaine qui vient ? Vous êtes plutôt disponible en week-end ou durant la semaine ? Cependant, ayez un minimum de morale et ne lui forcez surtout pas la main!

5. L'ENTHOUSIASTE

Le prospect est réceptif à votre discours et trouve votre offre de service intéressante. Dans ce cas, demandez directement au prospect un rendez-vous afin de le rencontrer en face à face.

6. LE PROSPECT AGACÉ

Un signe d'irritation venant de l'interlocuteur est un message. Si à force d'arguments, il ne se décide toujours pas, lâchez l'affaire pour éviter son mécontentement! Vous aurez plus de chance la prochaine fois lorsque la personne sera plus sereine.

LES 4 REGLES D'OR DU CONSULTANT POUR PROSPECTER



GARDEZ LE CONTACT AVEC LE CLIENT APRÈS VOTRE PREMIÈRE DÉMONSTRATION

Le prospect est convaincu par vos arguments de vente, mais il n'est pas encore un véritable client tant qu'il n'a pas acheté un de vos produits. Il est donc important de garder un contact récurrent avec lui. Notamment, en lui envoyant des mails ou des prospectus parlant de votre entreprise. Une invitation à un salon ou même dans vos propres locaux pour tisser une relation de proximité serait une idée judicieuse.

Par ailleurs, n'oubliez jamais votre premier objectif : vendre. Mais de la façon la plus indirecte possible.

Afin de vous améliorer, posez-vous en permanence les questions suivantes.

À l'issue du premier contact:

- Qu'est-ce que vous avez de plus à apporter par rapport à vos concurrents ?

Pour le deuxième contact:

- Qu'est-ce que je vais apporter de nouveau à mon interlocuteur ?

Vous devez refaire vos discours de vente tout en apportant de nouvelles choses à chaque fois. Si vous êtes capable de répondre aux deux précédentes questions, vous n'aurez pas de mal à garder le contact avec vos clients.



CONSEIL

POSEZ-VOUS LES BONNES QUESTIONS!

Après plusieurs rencontres et des tas d'objections formulés par le prospect, la démarche n'avance guère. L'exploit n'est pas à l'ordre du jour et c'est décevant.

Pour comprendre les causes de cette situation, posez-vous les questions suivantes:

Est-ce que j'ai suffisamment recueilli assez d'informations sur les besoins du prospect ? Mon discours est-il monotone à chaque rendez-vous ? Devrais-je y mettre des nouveautés ? Mes arguments ne sont-ils pas trop exagérés par rapport à mes services ? Est-ce que mes offres peuvent résoudre les problèmes du client ?

Vous ne devez pas oublier que vous n'êtes pas le seul sur le marché, vous avez des concurrents. Face à vos adversaires qui ont déjà leurs propres stratégies et astuces de vente, que pourriez-vous apporter de plus ? La plupart des consultants oublient ce facteur important.



POUR RESUMER SOYEZ PERSÉVÉRANT

Vous ne devez pas lâcher votre interlocuteur. Agissez toutefois de la façon la plus délicate possible afin d'éviter de le harceler.

Voici quelques exemples d'accroches marketing: "Nous organisons chaque mois une visite de nos locaux, si vous voulez plus d'informations, vous pouvez visiter notre site ! « Puis, je vous enverrai un carton d'invitation pour que nous fassions plus ample connaissance...".



FICHES PRATIQUES

Retrouvez l'ensemble de nos fiches pratiques pour bien débiter son activité de consultant sur notre site internet.

A PROPOS D'ABC PORTAGE

Référence du portage salarial en France, nous nous engageons au quotidien pour favoriser le succès de nos consultants dans leurs activités et projets professionnels.

Pour une gestion personnalisée, contactez-nous

Groupe ABC Portage

Paris – Lille – Lyon – Nantes – Marseille – Toulouse – Siège social : 5, rue de Chazelles – 75017 Paris
Tél : +33 (0) 1 43 80 51 61 – E-Mail : contact@abcportage.fr - www.abcportage.fr