

Un bon prospecteur par courriel doit être en mesure d'identifier le problème du client, de proposer une solution à prix raisonnables. Voici les éléments clés indispensables pour réussir votre prospection.

ÉCRIVEZ UNE ACCROCHE INTÉRESSANTE

La première chose à faire est d'attiser la curiosité du client via une accroche percutante.

Quel que soit le service proposé, le lecteur ne poursuivra pas la lecture si cette accroche n'est pas intrigante. À ce propos, la technique du « teasing » est l'une des plus efficaces.

Il s'agit d'une méthode très populaire dans le domaine de la publicité. Elle consiste à éveiller l'attention du lecteur afin de l'inciter à continuer sa lecture.

Pour ce faire, le début du message doit contenir des énigmes, des mystères qui seront dévoilés dans le corps du texte.

On peut écrire, par exemple : « saviez-vous qu'entretenir coûte 10 fois moins cher que réparer ? »...

OFFREZ UNE ALTERNATIVE

L'objectif, c'est de présenter vos produits ou services comme étant LA solution idéale pour la résolution d'un problème.

Il faut convaincre votre consommateur qu'avec vos prestations, pas de pertes d'argent et de temps à craindre.

Pour cela, vous pourrez utiliser cette phrase dans vos messages « en quelques minutes, notre équipe sera en mesure de vous proposer une stratégie idéale pour fidéliser vos clients ».

Ceci est une manière donc d'inciter votre prospect à vous faire confiance.

IDENTIFIER LES PROBLÈMES

Selon les chercheurs, une personne est plus intéressée par d'éventuelles pertes plutôt que des gains.

C'est la raison pour laquelle on vous conseille de mettre en avant les problèmes dès le début de vos écrits.

Il est même conseillé de rappeler les mauvaises expériences du client pour le pousser à agir.

Pour y parvenir, il faut bien se renseigner afin de connaître ses véritables soucis.

On peut, par exemple, écrire : « l'un de vos acquéreurs fait confiance à un concurrent plutôt qu'à vous ? Si c'est le cas, vous n'avez pas encore adapté la stratégie idéale pour attirer votre cible ».

MENTIONNEZ DES RÉFÉRENCES

Pour prouver au client votre professionnalisme, vous pouvez mentionner des références.

Utiliser les années d'expérience et le nombre de personnes déjà satisfaites par votre produit.

Il est recommandé de dire : « nous sommes leaders dans ce domaine depuis 20 ans. » Ou bien « environ 1 million de personnes ont trouvé leur bonheur en recourant à nos services ».

Cependant, il faut éviter de tomber dans le piège du mensonge. Certains clients effectuent des recherches pour confirmer.

PARLEZ DU SERVICE

La prochaine étape consistera à entrer dans le vif du sujet, c'est-à-dire de parler du service.

Pour commencer, il faut expliquer le fonctionnement de la prestation. Ensuite, vous pouvez détailler les bénéfices apportés par vos services.

Expliquez comment vous comptez résoudre les problèmes qui se posent. Le but, c'est de convaincre le prospect qu'il lui faut impérativement recourir à vos services s'il veut augmenter son chiffre d'affaires.

Certains professionnels trouvent que les témoignages sont une alternative pour parvenir à cet objectif. Vous pouvez même mettre un peu d'illustrations. Là encore, l'invention est interdite vu que le client peut tout vérifier.

GARANTISSEZ VOTRE SERVICE

Il est important de garantir vos services si vous souhaitez que le client vous prenne au sérieux.

Pour cela, vous pouvez promettre un remboursement en cas d'insatisfaction.

Vous n'avez rien à craindre de cette option si vos produits ou vos services sont impeccables et irréprochables.

Généralement, les taux d'insatisfaction dans ce domaine sont très faibles. Pour rassurer votre prospect, vous pourrez écrire : « nous vous offrons un service impeccable ou remboursable... »



À SAVOIR :

En garantissant vos services, vous attirez encore plus de curiosité et surtout vous incitez les prospects à tester votre produit, surtout si un de ses concurrents est déjà un de vos clients.

PROPOSEZ L'OFFRE

L'offre est l'un des secrets de l'e-mail de prospection. C'est pour cette raison que vous devez prendre soin de bien la rédiger.

Évitez de vous hâter au point de faire des fautes de frappe. Par exemple, au lieu de 312 euros, vous pourriez écrire 321 euros. La moindre erreur peut dévaloriser votre message.

Il faut également persuader le client que votre proposition figure parmi les meilleures. Pour cela, il est suggéré d'utiliser la formule « à seulement... vous profiterez... ».

Éviter tout de même les mots clés agressifs pour éviter le classement en spam de vos messages.

IMPOSEZ UNE DATE LIMITE

Sachez que la validité de votre offre est également importante. Il est capital de vous souvenir que votre mission consiste à inciter votre client à solliciter vos services et prestations dès qu'il prend connaissance de vos messages.

N'hésitez donc pas ainsi à écrire une date dans vos e-mails. Mentionnez également la formule « sollicitez nos services au plus vite... » ou bien « faites vite parce que l'offre expirera le... ».

Pour parvenir à vos fins, rappelez à votre client qu'il a un problème et qu'il doit à tout prix trouver une solution.

En insistant sur cela, vous amenez votre acheteur à vous choisir immédiatement. Une fois ce stade réalisé, place maintenant à la dernière étape.

N'OUBLIEZ PAS LES BONUS

Si l'offre inclut un bonus, un cadeau, une réduction, entre autres, n'oubliez pas d'en faire mention dans votre e-mail.

Le nota bene est l'un des éléments qui attirent le plus de personnes dans ce message. C'est la raison pour laquelle il ne doit pas être négligé.

Par exemple, vous pouvez citer : « PS : vous profiterez d'une réduction de 10 % si vous achetez avant le... ».



FICHES PRATIQUES

Retrouvez l'ensemble de nos fiches pratiques pour bien débuter son activité de consultant sur [notre site internet](#).



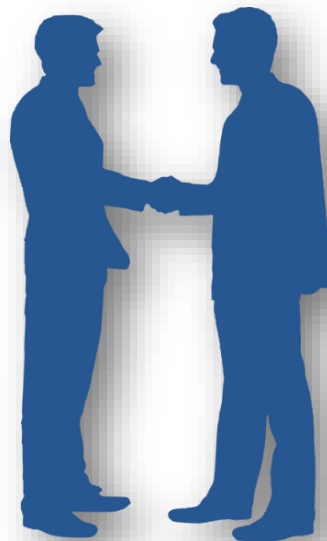
CONSEIL

À VOUS DE CHOISIR

On a vu les différentes étapes qui permettent de rédiger un bon e-mail de prospection.

Si vous décidez de les adopter, assurez-vous de les suivre dans l'ordre chronologique.

Cela vous permettra d'écrire des textes logiques et percutants. Bien sûr, il ne s'agit pas d'une méthode normalisée.



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 : 24, rue de Prony – 75017 Paris
Tél : +33 (0) 1 43 80 51 61 – E-Mail : contact@abcportage.fr - www.abcportage.fr