

Pierre-Alexandre MOUVEAU

19 ans d'expériences professionnelles (formation terrain)

Formateur agréé en formation professionnelle

Créateur d'entreprise : conseil aux entreprises

(Organisation, management, vente, marketing & formations)

COMMENT DEVELOPPER SES VENTES EN PERIODE DE CRISE EN OPTIMISANT SA PROSPECTION ?

18 pages d'outils, d'astuces, de techniques, de méthodes performantes et économiques afin de développer les compétences des vendeurs pour la réussite de l'entreprise.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	3
I - Comment exploiter les différents outils et méthodes de prospection ?	4
1 - La mise en situation avant de prospecter	5
2 - Le téléphone	6
3- Le courrier type	7
5- La carte de visite	8
II - Comment optimiser son potentiel de prospection avec les différents réseaux ?	9
1 - Qu'est ce qu'un réseau professionnel (networking) ?	9
2 - Comment vos différents réseaux peuvent aider votre prospection ?	10
3 - Comment développer et animer votre réseau ?	10
4 - Comment capitaliser lors d'un évènement (salon, conférence, cocktail, dîner...)?	11
5 - Comment casser votre réseau ?	12
6 - Comment s'entraîner pour développer votre réseau ?	13
III - Comment mettre tous les atouts de son côté avant, pendant et après le premier rendez-vous ?	13
1 - Avant votre rendez-vous	13
2 - Pendant votre rendez-vous	14
3 - Après votre rendez-vous	16
CONCLUSION	17
LEXIQUE	18

INTRODUCTION

J'ai décidé d'écrire cet ebook pour apporter mes compétences (18 ans de développement commercial et marketing terrain à tous niveaux de responsabilité et de hiérarchie) aux entreprises souhaitant développer leur chiffre d'affaire et les performances de leurs collaborateurs commerciaux : plus d'efficacité pour plus de rentabilité !!!

Cette période de crise économique est un passage difficile et parfois catastrophique pour bon nombre d'entreprises.

Il est important d'avoir des collaborateurs affûtés aux principales techniques de prospection pour développer de nouveaux contacts, renforcer les liens privilégiés avec vos clients et véhiculer une bonne image de l'entreprise.

Les clients sont plus difficiles, plus exigeants (délai, qualité, prix, paiement, mondialisation...) et parfois plus rares !!!

C'est le moment propice pour revenir aux fondamentaux :

BACK TO THE BASIC



Je vous souhaite une lecture constructive.

Pierre-Alexandre MOUVEAU

19 ans d'expériences professionnelles

Dirigeant d'IN ALTIS CONSEIL

Formateur indépendant et formateur agréé en Management, Marketing & Vente au sein de l'Institut de Formation Commercial Permanente (I.FO.CO.P) : Organisme de formation professionnelle conventionné par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

Plus d'informations sur le site Internet : www.inaltisconseil.fr

I - Comment exploiter les différents outils et méthodes de prospection ?

Vendeurs, commerciaux ... voyez **entre 5 et 10 personnes par jour**, en face à face : le secret pour gagner davantage d'argent ou pour trouver plus facilement des clients ; c'est de voir davantage de monde.

Le plus curieux, c'est que vous êtes tous d'accord mais que peu d'entre vous le traduisent en actes : la cause c'est uniquement **la peur de l'échec et le manque de temps**.

La peur de l'échec :

La vente est un métier magnifique pour celui ou celle qui aime les contacts, les challenges, le mouvement et les remises en question.

Chaque jour devient une nouvelle aventure avec un objectif clair : repérer ceux à qui on va vendre, puis vendre à ceux qu'on a repérés.

Mais la vente est parfois ingrate car c'est dur de se donner du mal et de ne récolter que peu de succès.

Nous allons voir ensemble comment améliorer vos pourcentages de réussite et comment transformer la prospection en un jeu efficace et constructif.

Le manque de temps :

C'est toujours amusant d'entendre ces phrases : « je n'ai pas le temps », « j'ai pas eu le temps », « je n'ai pas pris le temps »...

La question que nous devons nous poser c'est :

Comment faire pour dégager suffisamment de temps pour traiter les différents sujets importants de la journée ?

Si le manque de temps chez vous est un problème récurrent :

- listez tous les matins vos priorités de la journée par ordre d'urgence,
- analysez les moments compressibles, modulables et/ou non urgents,
- travaillez sur vos habitudes et remettez les en cause pour être plus efficace.

Après cet exercice, vous allez voir comment éviter de perdre du temps dans une journée : le gain de temps est d'environ 20% par journée de travail.

Le parallèle entre les sportifs et les salariés d'une entreprise est intéressant à faire : les athlètes s'entraînent des heures et des heures pour améliorer leurs gestes, leurs performances...

Et vous, quand avez-vous investi du temps et de l'argent la dernière fois pour développer vos compétences, pour améliorer vos performances, pour gagner en efficacité et améliorer votre avenir ?

- votre dernier achat de livre professionnel ?
- votre dernière formation ?
- votre dernière conférence métier..?

La prospection a souvent été vécue comme ingrate, difficile et pas très passionnante.

Ensemble, nous allons découvrir qu'en utilisant des méthodes et des techniques simples vous allez développer vos compétences et vos résultats.

1 - La mise en situation avant de prospecter

Il est primordial d'identifier les prospects qui vous intéressent et de bien les cibler par rapport au savoir faire de votre entreprise : ses forces (qualité, délai...), son identité, son implantation géographique, ses produits...

Prenez en compte les différents atouts internes de votre entreprise.

Ensuite, il est important de faire bonne impression à vos futurs prospects car « On a rarement deux fois la chance de faire une bonne impression » alors mettez toutes les chances de votre côté.

Composez votre bande annonce comme une success story : suscitez l'intérêt, donnez envie à vos interlocuteurs, valorisez votre spécificité (historique de l'entreprise, produits, services...).

Voici une petite technique pour s'entraîner seul avec peu de moyen : utilisez votre téléphone portable avec la fonction vidéo et enregistrez votre annonce ou pitch pendant 30 secondes.

La première prise vous servira de référence pour évaluer rapidement vos progrès.

Vous pouvez également utiliser la webcam de votre ordinateur.

Présentez-vous et votre société en 30 secondes.

- Avez-vous été suffisamment clair ?
- Pensez-vous que votre interlocuteur a compris votre message ?
- N'oubliez pas d'être positif, d'éveiller l'intérêt, de donner envie de prolonger le contact, de susciter des questions...

Pour vous aider à structurer votre annonce, écrivez la, utilisez des verbes d'action, soyez positif, enthousiaste.

Donnez envie à votre interlocuteur : n'hésitez pas à sourire, à jouer avec l'intonation de votre voix, à régler votre débit (on a toujours tendance à parler trop vite), à appuyer certains mots ou verbes pour leur donner du poids.

Votre annonce est prête, recommencez à vous filmer avec votre texte sous les yeux. Alors ?

En règle générale, au bout de la troisième prise les résultats sont concrets. C'est le moment idéal pour comparer avec la première prise de vue !!!

Vous êtes perfectionniste : vous pouvez maintenant vous entraîner devant une glace.

Quand vous maîtriserez votre bande annonce parfaitement, vous pourrez utiliser votre sourire (n'oubliez pas : on ne sourit jamais assez !!!) et jouer avec vos yeux, vos sourcils pour renforcer les mots ou les verbes d'action importants.

Vous êtes maintenant prêt à utiliser l'outil indispensable inventé par Graham-Alexandre BELL pour prospecter de nouveaux clients.

2 - Le téléphone

Rien n'est plus simple que de s'inventer mille prétextes ingénieux pour ne pas faire d'appels alors que l'on est assis devant le téléphone pour faire de la prospection.

Fixez vous des objectifs avec des indicateurs quantifiables :

Nombre d'appels de prospection/nombre de contact = %

Nombre de contact direct/nombre d'appels de prospection = %

Nombre de rendez-vous/nombre d'appels de prospection = %

Le premier indicateur doit atteindre **100%**, sinon cela signifie que vous n'êtes pas assez motivé.

Le deuxième indicateur vous indiquera votre capacité à bien repérer le bon service ou interlocuteur au sein de l'entreprise, visez un taux de **75%**.

Enfin, le troisième indicateur vous donnera une information essentielle sur vous-même : votre pouvoir de séduction ou votre capacité à donner envie à un interlocuteur de vous recevoir (même en temps de crise et avec une économie au ralenti, les entreprises travaillent !!!). Aussi, tâchez d'atteindre un taux de **25%**.

A partir de maintenant, vous devez inclure dans votre emploi du temps des séances de prospection téléphonique : environ 1 à 2 heures par jour (suivant la stratégie de l'entreprise et du service commercial).

Pour cela :

- Usez toujours de courtoisie : pour vous et pour l'entreprise c'est important alors ne détériorez pas l'image. Construisez sur la bonne humeur, le bon esprit et souriez !
- Gardez toujours l'avantage et posez des questions sur la personne, son entreprise : « Parlez de lui à l'homme le plus pressé du monde et il prendra le temps de vous écouter ».
- Employez le langage que vos prospects ont envie d'entendre : positif, enthousiaste, respect du poids des mots, intonation...

- Le **non** d'un prospect doit vous faire rebondir et vous motiver à travailler les **objections**.
- Ne vous laissez pas vaincre par les objections : apprenez à les contrer pour remporter des victoires.
- N'hésitez pas à demander à vos différents contacts : vos prospects téléphoniques, vos anciennes entreprises, vos anciens collègues, vos anciens fournisseurs, votre réseau personnel (famille, amis, relations...), votre réseau de tous les jours (boulangier, coiffeur, sport...) s'ils connaissent une entreprise ou une personne qui serait susceptible d'acheter votre produit et/ou service (le monde est tout petit !!!).

La prospection par recommandation permet de conclure une prise de rendez-vous deux fois plus vite que par prospection directe.

- Vous devez absolument sortir de **votre zone de confort**.

Faites l'impossible pour rencontrer vos interlocuteurs mais ne leur donnez pas tous vos arguments au téléphone sinon quels besoins auront-ils ensuite de vous rencontrer ?

Prenez cette étape comme un jeu, souvenez-vous de vos pourcentages !!!
Soyez combatif et raccrochez-vous à toutes les objections.

Exemple : « Disposez-vous de quelques instants pour me recevoir ? Impossible. En ce cas, puis-je vous rappeler, Monsieur ? Non, je n'ai pas le temps. Très bien Monsieur, je tenais à vous remercier pour cet échange et je vous souhaite une bonne journée. »

3- Le courrier papier

Après chaque appel intéressant (qualité stratégique de l'entreprise, potentiel en terme de business, choix...), vous devez préparer un courrier reprenant les idées fortes de votre échange et remercier votre interlocuteur (assistante, secrétaire, chef de service, directeur...) pour le temps passé, pour leur disponibilité et pour leur rappeler qui vous êtes, ce que vous vendez...

Rédigez votre courrier en mettant en avant les points forts que votre entreprise et/ou produit pouvez leur apporter.

Exemple : « J'ai bien compris que votre temps était précieux, aussi je me permets de vous envoyer ce courrier pour vous expliquer le but de ma démarche... Je tenais à vous remercier pour cette agréable entretien téléphonique du..., comme je vous l'ai expliqué je commercialise un produit...la fiabilité et la qualité... Je me tiens à votre disposition pour vous montrer ces caractéristiques techniques...»

Cette méthode du **courrier papier** consiste à marquer les esprits, à vous différencier des autres car la majorité des gens remercie rarement (souvent par manque de temps !!!) et lorsqu'ils le font, ils utilisent plus facilement internet : c'est plus facile + rapide et moins contraignant par mail.

C'est surtout une méthode très efficace pour reprendre plus facilement contact avec votre interlocuteur ou la personne incontournable de l'entreprise : le collaborateur et/ou le secrétariat qui a fait barrage.

Ensuite, il sera beaucoup plus simple pour vous de rappeler et de préciser qui vous êtes... et d'engager la conversation plus facilement pour obtenir les différentes informations : nom d'un contact ou d'autres informations au sein de l'entourage du prospect (fournisseurs, clients...).

L'être humain fonctionne par image mental alors servez-vous du papier à lettre avec le logo de votre entreprise, avec les différents renseignements nécessaires : nom de l'entreprise, secteur d'activité, votre nom, adresse postale, téléphone fixe, téléphone portable, email, site Internet...

Trop souvent le logo ne suffit pas à comprendre le savoir faire de l'entreprise, son métier alors n'hésitez pas à ajouter une phrase synthétique qui résume et explicite son secteur d'activité, son métier et sa cible.

Exemple : fabricant depour l'univers des.... ou société de services en ...pour les PME...

[4- La carte de visite](#)

Vous êtes des professionnels en recherche de nouveaux clients, vous souhaitez gagner du temps, de nouveaux contrats et développez plus rapidement du business alors démarquez-vous de vos confrères pour être plus performant, plus efficace...

Usez de vos cartes de visite et du logo de votre entreprise, n'hésitez pas à demander à ajouter au verso une phrase qui ressemble à votre entreprise et décrit votre savoir faire : susciter l'intérêt !!!

Exemple d'accroche sur ma carte de visite :

« La compétence complémentaire pour le développement de votre entreprise »

Soyez cohérent, sobre, simple et efficace au niveau de votre communication.

Votre carte de visite va vous servir à marquer les esprits de vos prospects : souvenez-vous de l'image mentale !!!

Réagissez en professionnel : avec chaque courrier papier, vous devez joindre en haut à droite à l'aide d'un trombone une carte de visite (plus facile à détacher que l'agrafe et en plus réutilisable !!!).

II - Comment optimiser son potentiel de prospection avec les différents réseaux ?

1 - Qu'est ce qu'un réseau professionnel (networking) ?

Connaissez-vous Viadeo, LinkedIn, Xing, Facebook... ?
Êtes-vous présent sur Viadeo, LinkedIn, Xing, Facebook... ?
Savez-vous utiliser ces différents réseaux ?

Un réseau peut être réel (exemple : soirée de rencontres professionnelles, clubs organisant des soirées à thème) ou virtuel (exemple : Viadeo, LinkedIn, Xing...).

Vous avez les réseaux sociaux comme Facebook, myspace.com, Flickr... et les réseaux professionnels : Viadeo, Xing, LinkedIn...

Ces sites Internet virtuels vous permettent de vous inscrire et de créer votre profil (carte d'identité, curriculum vitae, compétences, hobbies...).

Chaque membre peut entrer en contact de façon directe avec d'autres membres mais également avec les contacts de ses contacts.

On peut se constituer son propre réseau en fonction de son métier, de ses relations professionnelles, de ses rencontres, de ses compétences et de ses besoins (information sur les marchés, échange avec d'autres membres, problématiques...)

Il est important de maintenir vos prospects mentalement en éveil et de développer votre réseau alors inscrivez-vous sur ces réseaux (Viadeo, LinkedIn, Xing ...) et construisez votre réseau professionnel en mettant en avant votre expérience, vos compétences, le savoir-faire de votre entreprise via des groupes et des communautés.

Pour votre premier essai, je vous attends sur l'un de ces sites.

Informations liées aux personnes qui s'inscrivent sur des réseaux sociaux :

- 85 % pour rester en contact avec l'entourage
- 51% pour partager leurs passions
- 48 % pour rencontrer de nouvelles personnes
- 42 % pour obtenir un maximum de contacts
- 21 % pour l'appartenance à un groupe
- 20 % pour des invitations à des événements
- 19 % pour valoriser leurs compétences
- 17 % pour élargir leurs réseaux

15 % pour renforcer leurs réseaux professionnels

2 - Comment ces différents réseaux peuvent aider votre prospection ?

En vous mettant en avant, vous mettez directement et indirectement le nom de votre entreprise sur le devant de la scène !!!

Vous pouvez profiter de cet outil pour promouvoir l'activité de votre société, ses produits et/ou services, ses opérations de communication, son aspect éthique, ses nouveaux produits...

Votre réseau professionnel est composé de clients, de fournisseurs, de relations (salons, conférences...) : il est également important que vos proches connaissent votre métier car ils ont déjà l'avantage de vous connaître et ils représentent un potentiel de contacts.

Proposez leur de vous rejoindre sur votre réseau professionnel.

Vous souhaitez démultiplier votre potentiel de contacts : inscrivez-vous sur un réseau social comme Facebook pour impliquer vos proches et les amis de vos amis, les contacts de vos contacts...

Faites parler de vous (bouche à oreille)!!! Les personnes de votre réseau doivent savoir ce que vous faites car n'oubliez pas que vos proches sont également des clients potentiels directs ou indirects : acheteurs, prescripteurs.

Soyez toujours : courtois, transparent, professionnel, cohérent, positif...

Ne soyez pas : chewing gum, manipulateur, agressif, arrogant, malhonnête, médisant, menteur, plaintif.

Les avantages de ces démarches réseaux sont nombreux car vous pouvez tisser et entretenir une chaîne de confiance avec vos contacts et les contacts de vos contacts.

Cette démarche est plus **rapide** et plus **facile** car elle vous permettra de contacter directement d'autres membres qui vous permettront à leur tour de contacter leurs contacts directs : gain de temps.

Mais attention, cette confiance doit s'entretenir sur la durée : vous devez être transparent, courtois, cohérent et surtout ne jamais oublier la notion de **qualité** que vous devez fournir **à tous**.

3 - Comment développer et animer votre réseau ?

Nous avons vu au chapitre précédent la prospection par recommandation, nous allons voir la mise en relation « tremplin », celle qui permet d'accéder plus facilement et plus rapidement à la personne que vous recherchez via ces réseaux sociaux et professionnels.

Vous avez repris contact avec vos anciens collègues, vos clients, vos fournisseurs, demandez leurs des recommandations (lettre, mail, mise en contact direct sur les différents réseaux...).

Vous pouvez transformer vos relations en ambassadeurs : cela vous permettra de décupler votre présence terrain et les retours possibles...

Dans le cadre de votre démarche de prospection, n'hésitez pas à demander des conseils à vos différents contacts, aux contacts de vos contacts afin d'utiliser et de favoriser la fonction de « mise en relation tremplin ».

De plus, vous pouvez également utiliser d'autres méthodes pour développer votre réseau :

- impliquez-vous dans des clubs professionnels,
- participez à des discussions « métier » sur les hubs,
- mettez en place une newsletter mensuel pour créer du buzz,
- soyez actif au sein des associations (anciens élèves, clubs de sport...).

[4 - Comment capitaliser lors d'un évènement \(salon, conférence, cocktail, dîner...\) ?](#)

Vous devez favoriser les contacts, sortir de votre zone de confort : plus de téléphone portable à l'oreille dans un coin... (rassurez-vous : vous n'êtes sûrement pas le seul à connaître personne !!!)

Vous êtes venus pour rencontrer, discuter, échanger avec de nouvelles personnes : des futurs clients ou des prescripteurs potentiels !!!

Gardez à l'esprit d'éveiller l'intérêt, de susciter des questions (votre fameux pitch), de donner envie de prolonger le contact et de faciliter la mise en relation tremplin.

Exemple : « Vous devriez contacter Monsieur X de la société Y de ma part qui est dans le même secteur d'activité... »

Vous avez rencontré un contact intéressant, vous devez à présent favoriser l'enclenchement d'une suite.

En ce qui me concerne, j'ai pris l'habitude d'envoyer un courrier avec ma carte de visite et de remercier pour l'échange constructif, pour la disponibilité de la personne en reprenant les idées échangées lors de notre dernière rencontre.

Ensuite, vous pouvez proposer à votre nouveau contact de vous rejoindre sur Viadéo, LinkedIn...

Si cela ne suffit pas, tous les **bons prétextes sympathiques** sont à votre disposition pour les relancer :

Anniversaire, fête, invitation à déjeuner, cocktail professionnel, salon, forum, soirées de clubs, conférence, lecture à partager, échange sur le métier, formation, cours du soir...

Ces évènements extérieurs sont efficaces, en revanche, vous pouvez rencontrer Monsieur ou Madame « chewing gum » et restez coincé.

Si cela vous arrive, c'est simple de s'en débarrasser **avec le sourire** :

« Je vous prie de m'excuser, je souhaite voir Mr ou Mme... et justement je l'aperçois »

5 - Comment casser votre réseau ?

Il y a des règles élémentaires à respecter pour éviter de casser son réseau :

- Règle numéro 1 Ne cassez pas la chaîne de la confiance
- Règle numéro 2 Ne prenez pas sans donner
- Règle numéro 3 Ne soyez pas manipulateur
- Règle numéro 4 Ne répandez pas des rumeurs sur vos concurrents
- Règle numéro 5 Ne révélez pas d'informations sensibles
- Règle numéro 6 Ne soyez pas des passoires à contacts
- Règle numéro 7 N'abandonnez pas votre réseau

ATTENTION, VOTRE RESEAU S'USE SI VOUS NE L'UTILISEZ PAS

6 - Comment s'entraîner pour développer votre réseau ?

- Règle numéro 1 Sortez de votre zone de confort
- Règle numéro 2 Donnez sans attendre de recevoir
- Règle numéro 3 Ecrivez vos objectifs
- Règle numéro 4 Identifiez vos axes de progrès
- Règle numéro 5 Prenez du plaisir à networker
- Règle numéro 6 Positivez car vous développez vos qualités humaines (générosité, confiance, courtoisie...)

N'oubliez pas de tenir vos engagements car souvenez-vous votre réseau se construit **sur la durée, la transparence, la qualité, la cohérence, la courtoisie...**

III - Comment mettre tous les atouts de son côté avant, pendant et après le premier rendez-vous ?

1 - Avant votre rendez-vous

N'oubliez pas qu'un sportif s'entraîne pour améliorer ses performances alors entraînez-vous à faire de bonnes présentations :

- Entraînez-vous comme pour votre pitch à faire une présentation en 17 minutes (après cette durée, votre interlocuteur ne vous écoutera plus).
- Utilisez les personnes proches de vous (3 différentes personnes) pour faire au minimum 3 tests. Ces personnes vous aideront à gagner en efficacité car elles vous poseront des questions différentes sur votre entreprise, vos produits et/ou services et vous obligeront à travailler vos réponses, à construire votre argumentaire, à anticiper les questions embarrassantes, à chiffrer vos résultats, à mettre en valeur votre offre (caractéristiques, avantages, preuves) et surtout à répondre aux objections...
- Entraînez-vous en vous filmant devant une glace, cela vous permettra de travailler vos points faibles (sourire, regard, respiration...) et d'être plus rapidement convaincant.
- Donnez du prestige à certains mots : originalité, fraîcheur qui frappent l'esprit tout en étant assez ordinaire pour être perçu.
- Aidez vos prospects à se détendre au lieu de les indisposer : **on préfère l'ennui à la condescendance !!!**
- Votre présentation est aussi primordiale, vous devez vous sentir à l'aise dans vos vêtements.
- N'oubliez pas que les premières impressions sont souvent les dernières : mettez toutes les chances de votre côté (coiffure, ongles, présentation, politesse, langage...).
- Surfez sur Internet pour trouver des informations sur l'entreprise, les produits, votre interlocuteur, sa fonction... faites des recherches sur **google, viadéo, linkedin, facebook, 123 people, société.com** (cette liste n'est pas exhaustive).
Ces sites Internet sont des sources d'informations très utiles et très intéressantes.
- Parlez à votre interlocuteur de son parcours, de son évolution... et ne l'importunez pas avec les données de l'entreprise (vous savez déjà l'essentiel grâce à internet) car il les connaît mieux que vous !!!

- N'hésitez pas à contacter d'abord des entreprises aux enjeux non stratégiques : cela vous permettra de vous entraîner sans réel enjeu et de corriger les imperfections pour être plus efficace le jour « J ».
- Pour éviter un stress inutile et dommageable le jour « J » :
 - vous êtes bien entraîné et vous êtes prêt à parler de votre entreprise à un inconnu.
 - vous avez repéré les lieux de votre rendez-vous sur Mappy.fr avant votre entretien ou bien vous avez un GPS.
 - vous arrivez 10 minutes avant l'heure de votre rendez-vous pour éviter le stress de dernière minute : parking, travaux, panne de métro, bus, tramway, accident...

Vous devez tout anticiper car vous êtes un(e) professionnel (le) reconnu(e) !!!

- Vous arrivez dans l'entreprise un peu avant votre rendez-vous : sourire, enthousiasme et n'oubliez pas de dire bonjour.
- Souriez, mais souriez vraiment car certaines personnes ont perdu l'habitude de sourire et donnent vraiment l'impression qu'elles ne savent plus comment faire (surtout en période de crise !!!).

Donnez envie à votre premier interlocuteur (standard) de bien vous annoncer et n'oubliez pas que la personne de l'accueil a un pouvoir surpuissant car elle travaille dans l'entreprise : faites-vous en un allié !!!

2 - Pendant votre rendez-vous

Vous êtes dans la salle d'attente et vous attendez votre interlocuteur.

Installez-vous sans vous vautrer et soyez prêt à saluer la personne qui va entrer :

- séchez la paume de votre main
- respirez tranquillement
- fermez les yeux et pensez à des choses agréables (coucher de soleil, souvenirs sympathiques...)

La porte s'ouvre :

- levez-vous de manière énergique
- saluez votre interlocuteur
« Bonjour Madame ou Monsieur, votre Prénom Nom, société... »

Souvenez-vous que cette phase est une des plus importante car c'est le premier contact.

- Regardez la personne dans les yeux
- Attendez que votre interlocuteur vous tende la main et arrangez-vous pour bien emboîter vos 2 mains.
- Serrez ni trop fort, ni trop peu.

Vous entrez dans le bureau et vous vous asseyez, après y avoir été invité :

- adoptez une position stable (évitez de vous balancer),
- penchez vous légèrement en avant,
- tenez vous droit,
- regardez votre interlocuteur dans les yeux (sans le mettre mal à l'aise).
Si vous êtes gêné, dirigez votre regard entre ses deux yeux, cela est moins intimidant,
- gardez les bras ouverts,
- ne croisez pas vos jambes,
- souriez (vous êtes très heureux d'être là),
- ne jouez pas avec votre stylo (c'est très vite agaçant),
- demandez l'autorisation de prendre des notes,
- soignez votre langage,
- contrôlez certaines émotions...

Quand pour la première fois vous rencontrez un prospect, l'objectif numéro 1 est de désarmer ses craintes et de l'amener à se détendre.

N'hésitez pas à rappeler l'objet de votre rencontre : votre interlocuteur vous proposera un plan d'entretien.

Vous connaissez votre sujet, soyez synthétique et évitez de rentrer dans les détails ennuyeux et trop techniques.

Si votre interlocuteur souhaite des renseignements complémentaires, il vous les demandera (attention : pas plus de 2 minutes par réponse).

Soyez positif, souriant, synthétique et précis.

Etayez votre discours de chiffres : caractéristiques, avantages et preuves à l'appui.

Posez des questions ouvertes, la petite astuce consiste à débiter vos phrases par :

« Comment ... ? » « Avez-vous ... ? » « Quelle est ? »...

Intéressez-vous à votre interlocuteur en lui posant des questions pertinentes sur les besoins de son entreprise, sur ses attentes, ses objectifs, ses contraintes...

Ces différentes questions permettront à votre interlocuteur de vous considérer comme un fournisseur potentiel (motivé et professionnel : image positive). D'autre part, cela vous permettra de définir ses réels besoins et d'affiner vos questions pour plus d'efficacité : la fameuse technique de l'entonnoir !!!

Montrez à votre interlocuteur votre motivation et votre enthousiasme : soyez positif, souriant, sympathique...

A la fin de le votre rendez-vous :

- résumez les points importants
- montrez votre motivation à travailler ensemble
- demandez la position de votre interlocuteur pour la suite : prochain rendez-vous, modalités (commande, livraison, délai...)...

Attention à ne pas négliger le moment du départ, laissez toujours une excellente image : un match se termine au coup de sifflet final !!!

Vous devez remercier votre interlocuteur pour sa disponibilité, pour la qualité de son accueil : souriez, saluez et sortez du bureau.

De plus en plus souvent, on vous raccompagne jusqu'à la sortie, profitez pour marquer des points :

- remerciez en passant devant l'accueil la personne qui vous a reçu en premier (il y a de grandes chances pour qu'elle se souvienne de vous et/ou de votre société la prochaine fois).

3 - Après votre rendez-vous

Génial !!! Vous venez de rencontrer un prospect et c'est le moment de débriefing :

- notez à chaud vos impressions,
- définissez vos axes de progression de votre face à face avec votre interlocuteur (on peut toujours s'améliorer !!!),
- rédigez les avantages et inconvénients de travailler avec ce prospect...

Il est maintenant nécessaire de passer à la phase « lettre de remerciement ».

Souvenez-vous ; **la fameuse lettre** qui permet de faire la différence en marquant les esprits.

Que vous soyez intéressé ou non par l'entreprise :

- envoyez un courrier postal concis à la personne qui vous a reçu,
- remerciez là pour sa disponibilité et pour son sympathique accueil,
- reprenez les points importants de votre entretien,
- informez là de votre intérêt ou de votre absence d'intérêt pour le développement d'un business,
- soyez professionnel, marquez des points et jouez encore la différence.

Si vous n'êtes pas intéressé par l'entreprise, cette lettre permettra à son lecteur de garder une image positive de vous, de votre entreprise et permettra de rebondir peut-être sur une autre opportunité : une mise en relation par recommandation !!!

N'écartez aucune chance ; vous avez investi du temps alors transformez l'essai.

Si vous êtes motivé par l'offre, cette lettre vous aidera à marquer votre différence par rapport à vos concurrents et permettra de prouver à votre interlocuteur une qualité importante : votre ténacité, votre professionnalisme et la qualité du service que vous pouvez lui apporter.

Cela facilitera également votre prochaine prise de contact : téléphone, nouveau rendez-vous, mise en relation avec un nouvel interlocuteur...

CONCLUSION

L'avantage de ces différents outils réside dans leur application immédiate et leur faible investissement.

Il est possible de faire beaucoup avec peu, il faut faire preuve de créativité et de ténacité.

Ce guide d'outils, d'astuces a pour but de vous apporter des informations complémentaires et de développer les compétences des vendeurs en utilisant des techniques simples et efficaces :

« Comment être plus efficace dans votre prospection ? »

« Comment utiliser des outils simples ? »

« Comment développer vos qualités humaines ? »

« Comment gagner en compétences ? »

Mettez ces différentes méthodes en application et vous serez plus performant : prêt à devancer la crise en développant le nombre de nouveaux clients !!!

J'ai la chance d'intervenir au sein de l'Institut de Formation Commerciale Permanente (I.FO.CO.P), dans les entreprises et d'enseigner ces techniques : j'ai le plaisir et la joie de voir mes élèves s'approprier rapidement ces outils et de constater très rapidement leur efficacité.

Le parallèle de la prospection commerciale avec le sport est intéressant car nous savons qu'un athlète dépasse ses performances en s'entraînant davantage et en appliquant de nouvelles techniques d'entraînement.

La « balle » est maintenant dans votre camp et n'oubliez pas que le plus important des atouts : c'est VOUS !!!

N'hésitez pas à m'envoyer vos commentaires, vos progrès, vos réalisations, vos victoires...

Cet investissement doit permettre au plus grand nombre d'entre vous de s'approprier ces techniques pour gagner en compétences, en efficacité...

Maintenant c'est à vous de jouer, faites-vous plaisir et souvenez-vous :

« La vie est un cadeau ; tout est possible avec l'enthousiasme, la volonté, un peu d'astuce et le sourire. »

Vous souhaitez d'autres renseignements sur mon activité de développement commercial & marketing, sur la formation en entreprise, mon parcours, mes compétences...

Je vous invite à visiter mon site internet : www.inaltisconseil.fr

A très bientôt.

Pierre-Alexandre MOUVEAU



La compétence complémentaire pour le développement de votre entreprise

10, rue Gabrielle d'Estrées - 92170 Vanves - France

Numéro SIRET : 512 459 181 00016

Tel : + 33 (0) 1 70 28 44 64 - Port : + 33 (0) 6 09 59 74 13

Email : pam-inaltisconseil@live.fr

Site web : www.inaltisconseil.fr

LEXIQUE

Webcam : c'est une caméra conçue pour être utilisée comme un périphérique d'ordinateur, et qui produit une vidéo dont la finalité n'est pas d'atteindre une haute qualité, mais de pouvoir être transmise en direct au travers d'un réseau, typiquement Internet.

Logo : graphisme qui représente une marque, une société.

Blog : page Web personnelle dans laquelle l'auteur note, au fur et à mesure de sa réflexion sur un sujet qui lui importe, des avis, impressions, etc., pour les diffuser et susciter des réactions, commentaires et discussions.

Networking : le networking social professionnel ou business networking, appelé aussi réseautage est un outil de mise en relation professionnel.