

Et si je réussissais tous mes rendez-vous clients en 2014 ?



Ana FERNANDEZ

■ Par Ana FERNANDEZ > Coach et formatrice, dirigeante du Cabinet Energycoaching

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

Cette période de crise économique est un passage difficile pour bon nombre d'entreprises. Maîtrisez les principales techniques de prospection pour développer de nouveaux contacts, renforcer les liens privilégiés avec vos clients et véhiculer une bonne image de l'entreprise. Voici une liste simple très pragmatique.

■ Organiser votre temps :

- Lister tous les matins vos priorités de la journée par ordre d'urgence.
- Analyser les moments compressibles, modulables et/ou non urgents.

■ Maîtriser votre discours :

- Structurer votre annonce : écrivez-la, utilisez des verbes d'action, soyez positif, enthousiaste.
- Présentez vous et votre société en 30 secondes : avez-vous été suffisamment clair ? Pensez-vous que votre interlocuteur a compris votre message ?

- Ne pas oublier pas d'être positif, d'éveiller l'intérêt, de donner envie de prolonger le contact, de susciter des questions, sourire, à jouer avec l'intonation de votre voix, à régler votre débit (pas trop vite), à appuyer certains mots ou verbes pour leurs donner du poids.

- Vous tester en vous filmant : utilisez votre téléphone portable avec la fonction vidéo ou webcam de l'ordinateur. La première prise vous servira de référence pour évaluer rapidement vos progrès.

■ Déterminer votre cible :

- 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 services/produits... La prospection par recommandation permet de conclure une prise de rendez-vous deux fois plus vite que par prospection directe.
- Donner envie de travailler avec vous : suscitez l'intérêt, donnez envie à vos interlocuteurs, valorisez votre spécificité (historique de l'entreprise, produits, services, références, ...).

■ Utiliser des outils simples :

Le téléphone :

- Vous fixer des objectifs avec des indicateurs mesurables : nombre de rendez-vous/nombre d'appels de prospection : à 25%, vous donnez envie à un interlocuteur de vous recevoir.
- Inclure dans votre emploi du temps des séances de prospection téléphonique : environ 1 à 2 heures par jour.
- Réussir à rencontrer vos interlocuteurs : ne leur donnez pas tous vos arguments au téléphone, sinon quels besoins auront-ils ensuite de vous rencontrer ?

Le courrier papier :

- Après chaque appel intéressant, préparer un courrier (papier à lettre avec le logo de votre entreprise) reprenant les idées fortes de votre échange et remercier votre interlocuteur pour le temps passé, pour leur disponibilité et pour leur rappel qui vous êtes, ce que vous vendez...
- Rédiger votre courrier en mettant en avant les points forts que votre entreprise et/ou produit pouvez leur apporter : marquez les esprits, peu de personnes le font et lorsqu'ils le font, ils utilisent plus facilement Internet : c'est plus facile et moins contraignant par mail.



La carte de visite :

- Utiliser 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 pour susciter l'intérêt
- Etre cohérent, sobre, simple et efficace au niveau de votre communication : votre carte de visite va vous servir à marquer les esprits de vos prospects. A joindre en haut à droite à l'aide d'un trombone.

Les réseaux sociaux :

- Se constituer son propre réseau en fonction de son métier, de ses relations professionnelles, de ses rencontres, de ses compétences et de ses besoins
- Construire votre réseau social professionnel (LinkedIn, Viadeo, Xing, ...) en mettant en avant votre expérience, vos compétences, le savoir-faire de votre entreprise, via des groupes et des communautés.
- Mettre en avant vos qualités personnelles : soyez toujours courtois, transparent, professionnel, cohérent, positif, ne jamais oublier la notion de qualité que vous devez fournir à tous.

- Utiliser tout autre événement pour développer votre réseau : impliquez-vous dans des clubs professionnels, mettez en place une newsletter mensuel, soyez actif au sein des associations (anciens élèves, clubs de sport...). Ensuite, proposer à votre nouveau contact de vous rejoindre sur Viadeo, LinkedIn, ...
- Ne pas oublier de tenir vos engagements : souvenez-vous que votre réseau se construit sur la durée, la transparence, la qualité, la cohérence, la courtoisie...

■ Réussir son rendez-vous :

Avant votre rendez-vous :

- S'entraîner au pitch, se sentir à l'aise dans vos vêtements.
- Trouver des informations sur l'entreprise, les produits, votre interlocuteur, sa fonction...
- Ne pas oublier pas que les premières impressions comptent : Donnez envie à votre premier interlocuteur (standard) de bien vous annoncer.

Pendant le rendez-vous :

- Saluer votre interlocuteur : « Bonjour Madame ou Monsieur, votre Prénom Nom, société... ».
- 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.
- Connaître votre sujet : soyez synthétique et évitez de rentrer dans les détails ennuyeux et trop techniques.
- Répondre aux questions de votre interlocuteur : Soyez positif, souriant, synthétique. Etapez votre discours de chiffres (caractéristiques, avantages et preuves à l'appui).
- Poser des questions ouvertes : intéressez-vous à votre interlocuteur en lui posant des questions pertinentes sur les besoins de son entreprise, sur ses attentes, ses objectifs, ses contraintes... Définissez ses réels besoins pour affiner vos questions pour plus d'efficacité.

A la fin du rendez-vous :

- Résumer les points importants, montrer votre motivation à travailler ensemble.
- Demander la position de votre interlocuteur pour la suite : prochain rendez-vous, modalités (commande, livraison, délai...).
- Remercier votre interlocuteur pour sa disponibilité, pour la qualité de son accueil : souriez, saluez et sortez du bureau.

Après le rendez-vous :

- Renvoyer un courrier postal concis à la personne qui vous a reçu : remerciez-la pour sa disponibilité et pour son sympathique accueil, reprenez les points importants de votre entretien, informez-la de votre intérêt pour travailler avec elle.
- Marquer votre différence par rapport à vos concurrents : cela 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...

