**Comment optimiser sa prospection téléphonique ?**

Vous avez besoin de décrocher de nouveaux clients ? Pour pouvoir les démarcher, il vous faudra passer par un préalable : la prospection téléphonique. **Un exercice moins facile qu'il n'y paraît pour un objectif pourtant simple, obtenir un rendez-vous**. Depuis le travail de préparation à la construction de l'argumentaire, sans oublier les comportements à adopter dans les situations critiques : quelques règles pour utiliser avec tact et pertinence le téléphone et parvenir à vos fins.

**Sommaire :**

1. Préparation
2. Barrage secrétaire
3. Argumentation
4. Traitement des Objections

**La préparation :**

Abraham Lincoln a dit : « que l’on me donne 6 heures pour couper un arbre, j’en passerai 4 pour aiguiser ma hache ».

Transposer à notre but, la prise de RDV, cela signifie qu’il faut que les contacts à appeler soit minutieusement identifiés (société, nom, prénom, adresse mail, fonction) avant de décrocher son téléphone. Une organisation quant à la préparation du listing à appeler est essentielle.

**Première étape : explorer votre réseau**

Un prospect, fortement sollicité, aura toujours une préférence pour la personne qui se recommande de quelqu'un qu'il connaît. Recherchez cette caution, valorisez vos liens avec une personne qui travaille dans l'entreprise ou encore avec un fournisseur / client commun.

**Deuxième étape : recueillir des informations**

Soyez sensible à l'environnement dans lequel évolue votre prospect. Faites un travail de fouille. Son concurrent direct mène une campagne d'image autour du concept que vous maîtrisez ? Nul doute que sa sensibilité sera accrue. Votre prospect affiche de hautes ambitions ? Identifiez en quoi votre concours pourrait servir son challenge.

**Troisième étape : organiser votre prospection**

Utilisez de la méthode. Préparez-vous un tableau qui reprendra les informations utiles au suivi de votre démarche dans le temps. Une prospection efficace exige des relances et porte ses fruits sur la durée.

**Passez les barrages**

**Se mettre en condition**

Le téléphone véhicule la voix et les sons. Cette simple évidence conduit à être vigilant sur les conditions de l'appel. Tout d'abord, utilisez un poste fixe (surtout pas de mobiles qui peuvent créer des interférences désagréables), dans un environnement calme. Veillez, par exemple, à ce que les fenêtres soient closes (la sirène des pompiers serait assez déplacée…). Enfin, ne soyez pas pressé. Un entretien téléphonique peut être très rapide ou très long et ce serait bien un comble si c'est vous qui deviez abréger.

**Passer le barrage de l'assistante**

• Parlez avec assurance, de manière posée et articulée.

• Préférez l'affirmation à la question

• Le présent au conditionnel qui laisse moins de champ à l'alternative.

• Demandez à parler à votre prospect en l'identifiant par son nom et son prénom, ce qui peut laisser supposer que vous le connaissez personnellement.

Soyez succinct « Bonjour. Grégory Bodin. Je souhaite parler à Roger Lebrun, s'il vous plaît » A ce stade, plusieurs situations peuvent se présenter :

**L’assistante demande la nature de l'appel**

Ne dévoilez pas votre objectif commercial

Adoptez un propos technique de façon à décourager l'assistante : « cela concerne la gestion de la productivité des effectifs financiers »

« Je l’appelle de la part de X. Merci… » Le remerciement permet de couper court à toute question.

**Votre prospect n'est pas disponible…**

Demandez poliment quand vous pourrez le contacter de nouveau.

**Face à un répondeur**

De plus en plus d'entreprises ont recours à l'utilisation de messageries téléphoniques. Laissez le nom du destinataire, vos noms, prénom et coordonnées distinctement. Laisser votre N° de portable. Il n'est pas nécessaire d'en dire plus, mais plutôt de laisser s'aiguiser la curiosité de votre prospect.

**Votre prospect n'est plus dans l'entreprise…**

Tâchez d'en savoir plus. Exemple : « On m'a donc fourni une mauvaise information. Pouvez-vous me dire quel est le nom de son successeur et s'il est disponible s'il vous plaît ?» Durant tout votre échange, il est essentiel que vous soyez courtois. Mépriser une secrétaire est la meilleure assurance d'être éconduit rapidement et pour aussi longtemps qu'elle sera là !

**Développer votre argumentation**

Vous avez franchi la première étape et êtes en contact avec votre prospect.

**Se présenter**

Si vous avez une recommandation, annoncez-la de manière rapide, avant de vous présenter par vos nom et prénom. Exemple : « Bonjour. Grégory Bodin, Aquantis, je vous contacte de la part de X qui m’a vivement conseillé de vous appeler. » Introduisez-vous d'une manière assurée et professionnelle.

**Accrocher l'attention**

Il s'agit de capter l'attention de votre prospect tout en le faisant parler pour vérifier vos informations. Utilisez des affirmations simples. Exemple : « Vous êtes bien le DAF ?»

En l'incitant à vous répondre positivement ou à nuancer vos affirmations, vous établissez une connivence qui vous permettra de vous trouver sur la même longueur d'onde. Vous êtes dans une logique positiviste du « oui, oui ».

**Empathie**

Présentez votre activité en vous mettant à la place de votre interlocuteur.

S’il s’agit d’un DAF, il sera sensible à l’aspect technique.

S’il s’agit d’un RH, parlez-lui de l’aspect personnalité, prises de références, éventuellement de votre coût.

**Objections, contre arguments (5 ou 6)**

Ne jamais insistez plus de 3 fois.

Il n'est pas très efficace de prendre de front une objection. Il est préférable d'y répondre par une question ou de recentrer le sujet :

**« Je ne suis pas intéressé »**

Interrogez : " Quelles sont les raisons pour lesquelles vous n'êtes pas intéressé ? " Il sera ainsi plus facile d'y rétorquer de manière précise.

**« Je n'ai pas de temps »**

Proposez de venir le rencontrer directement à un moment qu'il aura choisi.

Précisez que c’est justement la raison pour laquelle vous l’appeler en amont pour convenir d’une date ultérieure.

**« Je n’ai pas de budget »**

Notre RDV est 100% gratuit. Nous rencontrer ne vous engage en rien.

**« J’ai déjà des prestataires et ça se passe TB »**

Lui posez la question : avec qui travaillez-vous ?

Si ce sont des concurrents, précisez que la concurrence permet une certaine émulation et que le prestataire ne s’endormira pas sur ces lauriers.

**« Envoyez-moi votre documentation »**

Expliquez que la documentation est un outil de communication généraliste. Proposez- lui de venir directement afin d'analyser ensemble son besoin et d'étudier une solution personnalisée.

S'il ne veut rien entendre et s'agace, il est sage de ne pas insister. Toutefois, avant de prendre congé, demandez-lui quand vous pourrez le contacter de nouveau.

« La documentation c’est moi ». Le temps que vous lisiez la doc ça vous prendra 15 minutes, c’est le temps que je vous demande de m’accorder pour un entretien, pour vous convaincre »

**L’interlocuteur accroche, posez votre date.**

« On se rencontre donc en milieu de semaine, vous préférez mercredi matin 10h ? Ou jeudi après-midi 15h30 ? »

Très bien.

**RDV décroché :**

Laissez toutes vos coordonnées.

Reprenez l’adresse exacte de votre contact.

Demandez-lui s’il veut que vous lui confirmiez par mail ou pas.