

Un argumentaire regroupe les 4 étapes suivantes :

- 1 – Présentation personnelle et Identification du prospect,
- 2 – Annoncer l'objet de notre appel (questionner, écouter, répondre aux objections),
- 3 – Demander un rendez-vous,
- 4 – Et en conclusion : synthèse rapide de l'entretien avec confirmation des date, heure et lieu du rendez-vous et prise de congé.

Chaque argumentaire est spécifiquement adapté au produit que notre client nous demande de promouvoir auprès de prospects ou de clients.

D'une manière générale tous les argumentaires que nous élaborons contiennent le schéma suivant :

PRESENTATION et IDENTIFICATION

La présentation la mieux adaptée est de commencer par :

- le prénom,
- le nom,
- la fonction,
- le nom de l'entreprise,

Pour passer, ensuite, à l'identification du prospect.

OBJET DE L'APPEL

Lorsque la présentation et l'identification sont faites, il faut annoncer l'objet de l'appel et inciter l'interlocuteur à accepter un rendez-vous.

Pour cela, nous évitons de rentrer dans le détail du produit, car l'objectif est d'obtenir un rendez-vous afin de vous permettre de développer et vendre vos produits.

Nous adoptons un ton courtois et amical et nous évitons de contrer le prospect.

L'objectif étant d'obtenir son accord pour un rendez-vous, nous ne cherchons pas à le convaincre lorsqu'il formule des objections mais nous faisons en sorte que celles-ci ne soient pas un obstacle pour qu'il accepte un rendez-vous.

OFFRE DE RENDEZ-VOUS

Dès que nous avons annoncé au prospect l'objet de notre appel, indiqué que nous voulons le rencontrer et répondu aux objections, nous formulons notre demande de rendez-vous d'une manière simple et directe : « quand pouvons-nous nous rencontrer ? » avec une alternative assez large de date et heure afin de ne pas donner l'impression au prospect que l'on veut le « coincer ».

VALIDATION DU RENDEZ-VOUS

Une fois le rendez-vous obtenu, il convient de bien le valider :

- par une vérification des coordonnées du prospect,
- laisser nos coordonnées téléphoniques pour pouvoir, en cas empêchement, reporter le rendez-vous,
- confirmer les « date », « heure » et « lieu » du rendez-vous.

Enfin prise de congé par une formule simple « Je vous remercie de votre accueil et je vous souhaite une bonne journée. Au revoir Monsieur ou Madame « nom du prospect ».

CONCLUSION

Chaque argumentaire est spécifiquement adapté au produit que notre client nous demande de promouvoir auprès de prospects ou de clients.

Il est évident que les clients sont de moins en moins fidèles car ils sont de plus en plus sollicités. Il faut donc sans cesse aller à la recherche de nouveaux clients et la prise de rendez-vous par téléphone telle que nous la pratiquons et l'une des clés essentielles de votre stratégie de développement et de renouvellement.