



LE SCRIPT DE VENTE POUR LES CALL





LE SCRIPT DE VENTE

A GARDER EN TETE

1

Votre but est de faire un diagnostic

2

Le silence est votre arme la plus précieuse

3

Reformulez et prenez des notes

4

C'est vous qui posez les questions



LE SCRIPT

1

Briser la glace instauration d'un climat de confiance



Salut ..., c'est, comment vas-tu ?

Comment ça va depuis... ?

Où te trouves-tu pour prendre cet appel ?

Comment as-tu entendu parler de nous ?

2

Cadrer l'appel avec une posture d'autorité



Je t'explique comment ça va se passer, on va prendre 30 à 40 minutes pour comprendre ta situation. Je vais te poser pas mal de questions pour comprendre ta situation, et si je suis la bonne personne pour t'aider, je t'expliquerai comment aller plus loin

3

Comprendre la situation actuelle (point A)



Ces questions servent à avoir une vision claire de la situation du client face à toi .

Où en es-tu actuellement ?

Quels sont tes résultats actuels



LE SCRIPT

4

Faire prendre conscience du problème

Objectif : Faire réaliser l'ampleur des conséquences négatives de rester dans la situation actuelle



Depuis quand essayes-tu ?
Qu'as-tu déjà essayé ?
Quelles conséquences ça a sur ta vie ?
Est-ce que ça a un impact sur d'autres domaines de ta vie ?
Si tu ne trouves pas de solution qu'est-ce qu'il peut se passer ?

5

Comprendre les objectifs



Dans quelques mois où aimerais-tu arriver ?
Quel objectif précis voudrais-tu atteindre ?
A quoi ressemblerait ta vie ?
Quelle est ta motivation pour cela ?
En quoi les choses seraient différentes par rapport à aujourd'hui si tu arrivais à ça ?
Quand tu parles de ça, comment tu te sens ?
Est-ce qu'avoir ça aurait un impact sur d'autres domaines de ta vie ?

6

Faire avouer le besoin d'aide



Tu m'as dit que (reprendre problème) qu'est-ce qui t'empêche de le faire seul ?



LE SCRIPT

7

Demander l'autorisation



OK j'ai compris que tu es dans cette situation..., que le problème qui te gâche la vie est ... et je pense que tu corresponds vraiment aux personnes avec qui j'ai de bons résultats, est-ce que tu aimerais que je t'en dise plus sur ce que je propose ?

8

Présenter la solution, le cadre, dire comment ça se passe



Très bien, je travaille avec des personnes comme toi, mon expertise c'est de ... et je les aide en ...
Donner les 3 à 5 étapes de votre processus de transformation et l'objectif atteint par vos clients.

Qu'est-ce que tu en dis ?

Répondez à leurs questions spécifiques jusqu'à ce que la personne demande le prix.

9

Timing



Est-ce un bon timing pour toi ? Chercher une nouvelle fois l'approbation et qu'il demande le prix



LE SCRIPT DE VENTE

LE SCRIPT

10

Closing



Le prix de mon accompagnement est de ... (enchaîner avec les préférences de paiement)

Tu pourras démarrer dès aujourd'hui ou Quand est-ce que tu aimerais démarrer ? (amener dans la réalité d'un engagement)

11

Répondre aux objections



Rassurez, accompagnez le prospect vers son choix. Préparer une réponse aux objections les plus courantes.

12

Caler le prochain RDV



Si oui : planifier le premier RDV de préparation

Si non : Replanifier un RDV de follow-up pour finir l'entretien

Tu as besoin de temps pour réfléchir, c'est ok, de combien de temps as-tu besoin ?



LES OBJECTIONS

1

Ne jamais rentrer dans une argumentation quand ça bloque, mais questionnez

2

Ne jamais contredire mais suivre la logique subjective du prospect

3

Je suis là pour accompagner le client vers son choix

4

Je suis au service du processus et du client



**L'écoute commerciale
est orientée problèmes,**

**alors que l'écoute de
l'accompagnant est
orientée solutions**

**Vous devez avoir une
écoute commerciale**

**Si le prospect a des
objections c'est qu'il a
envie d'acheter, c'est
donc positif. Gérer les
objections est donc
normal**



Objections

« Si l'on met de côté (objection)...

Est-ce que tu penses que ces cours, cette formation, cet accompagnement peut t'aider à atteindre tes objectifs»

« Si tu devais donner une note de 1 à 10 à cette formation avec ce que je t'ai présenté dans un but d'atteindre tes objectifs, 1 pas du tout et 10 complètement, quelle note tu lui mettrais ?»

Si bonne note au dessus de 7, demander pourquoi ils ne mettraient pas 3 ou 4 ?

Si mauvaise note, demander ce qui leur manque pour mettre 10



Objections

Savoir gérer la demande d'information du prospect notamment sur la durée et le prix

Ça dépend, nous avons plusieurs types de clients, c'est pour cela que je vous pose ces questions, pour savoir si nous pouvons vous être utile et déterminer comment nous pouvons vous accompagner.

« J'ai besoin d'y réfléchir... »

Est-ce qu'il y a des éléments qui n'ont pas été clairs ?

A quoi avez-vous besoin de réfléchir ?

Vous avez besoin de ne pas prendre la décision à chaud, je comprends.

Verbaliser le coût opportunité de ne pas choisir/ procrastiner

Quand serait un bon moment pour vous afin que l'on se recontacte ?

« Je ne sais pas »

Ce que je récents est que si on se rappelle dans une semaine, on aura procrastiné, mais il semble là que vous avez une hésitation qui va au delà du simple temps de réflexion usuel

Etes-vous sur qu'il y a pas un sujet que nous n'avions pas abordé, nous pouvons le faire maintenant au lieu de reporter



Objections

« Je n'ai pas l'argent / le budget »

Est-ce que c'est un budget qui vous mettrait en insécurité ?
Auquel cas c'est à éviter ou est-ce que c'est un budget que vous pourriez économiser ?

« Je dois en parler à ma femme »

De quoi votre femme aurait-elle besoin pour vous soutenir dans cette démarche ?

Complainte victimaire sur le fait que très envie mais pas le budget

REVALORISER ET RECONFRONTER

Ecoutez, je vois que vous avez très envie, donc si vous n'avez pas le budget et que l'envie persiste, je vous invite à économiser et à revenir vers nous.



POINT IMPORTANT

1

Toujours fixer le prochain RDV

2

Ne pas entrer dans le détail du « comment »

3

Ne jamais négocier le prix

4

L'opportunité est de votre côté