



CRÉER SON SCRIPT D'APPEL

**ET SI VOUS POUVIEZ ATTEINDRE
100% DE VOS OBJECTIFS DE
CRÉATION DE DEALS ?**



INTRODUCTION

Ce script vient du livre « Start With No » de Jim Camp, traitant de la négociation à travers nos interactions quotidiennes, que ce soit dans notre vie professionnelle ou personnelle. C'est Branislav Eric, mon collaborateur chez GetAccept en Norvège, qui l'a lu et m'en a parlé. Depuis, en utilisant son script, j'ai atteint **100% de mes objectifs de création de deals** chaque mois. Vous allez comprendre comment !

Selon Jim Camp, le point clé dans toute négociation est de donner à la personne à qui vous parlez la possibilité de dire **non**, ce qu'il ne faut surtout pas prendre personnellement, même si c'est un peu difficile parfois. Lorsque vous donnez aux clients la possibilité de dire non, ils se sentent plus à l'aise et vous pouvez commencer à obtenir des informations précieuses pour poursuivre la conversation. Vous pouvez ainsi développer une relation de confiance plus facilement avec votre interlocuteur.

Je suis en contact direct avec des clients potentiels au quotidien. Il m'est arrivé plusieurs fois qu'ils m'interrompent lors de la présentation de mon argumentaire et me demandent de les rappeler ultérieurement. À d'autres occasions, on m'a demandé d'envoyer un e-mail informatif sur notre solution et ses avantages. En permettant au prospect de reporter l'échange, nous réduisons le risque qu'il stoppe la conversation et nous pouvons ainsi préparer notre réponse à toute préoccupation ou question. Cela donne de meilleures chances de faire progresser la vente !



Anne-Charlotte Sanchez
Account Executive
GetAccept

PRÉPAREZ VOTRE SCRIPT

Bonjour, c'est X de la société X.

Bonjour...

Auriez-vous un court instant à m'accorder ?

J'ai une minute ou deux.

Super ! Avant de vous expliquer ce qu'est (nom de votre entreprise) et quelles sont mes intentions lors de notre appel, je voulais juste vous partager ce que X peut faire pour vous et votre entreprise. Si cela vous semble intéressant, je vous en dirai plus ! Et si ce n'est pas le cas, aucun problème !

Ça vous convient ?

SI OUI

(PITCH)

SI NON

D'accord, y'a-t-il une raison particulière ?

Tout ce qui est noté avec un **X** ci-dessous doit être adapté pour correspondre à votre entreprise et votre secteur d'activité. Vous avez une multitude d'opportunités d'être créatif et transformer le script, mais l'essentiel est de le garder court et concis tout en donnant aux clients la possibilité de dire non.

S'ils disent non, alors vous avez la possibilité d'obtenir une réponse sur les raisons pour lesquelles ils ont choisi de dire non. Ce n'est peut-être pas le bon timing ? Ou peut-être qu'il ne s'agit tout simplement pas du bon interlocuteur ? Il y a plusieurs réponses à ces questions. Et si le client vous interrompt et répond par un non franc, vous vous économisez simplement 5 minutes de pitch à un prospect non intéressé.



LES CONSEILS DE JIM CAMP

Les meilleurs négociateurs :

- ne cherchent pas à obtenir un 'oui' - ils préfèrent un 'non'
- se basent sur le fait que beaucoup de personnes n'osent pas dire non ouvertement et utilisent ce levier pour susciter la curiosité et encourager le dialogue
- ne forcent jamais la main, au contraire, ils font en sorte que leur interlocuteur se sente à l'aise et en confiance
- ne sont pas dans le besoin, ils profitent justement du besoin de leur interlocuteur
- n'ont pas d'a priori ou d'attentes particulières ce qui leur permet de poser les bonnes questions et surtout d'écouter les réponses
- ont toujours une mission et un but qui guident leurs décisions
- n'envoient jamais d'e-mail sans un agenda détaillé du projet
- connaissent les quatre facteurs clés d'un échange : temps, énergie, argent et émotion
- s'assurent de ne jamais perdre trop de temps avec des personnes totalement indécises

Source: Jim Camp, Start With No (New York: Crown, 2002), 4-6.

DONNEZ LE TEMPO

Ne vous précipitez pas, mais n'y passez pas trop de temps non plus. Environ 20 secondes, c'est parfait ! Vous devez avoir l'air déterminé et confiant. Je me suis entraînée plusieurs fois avant de commencer à appeler les clients et j'ai peaufiné ce script par la suite.

CHOISISSEZ LE BON MOMENT

Ce script ne fonctionne pas dans toutes les situations. J'évite d'utiliser cette méthode si la personne à qui je parle dit "De quoi s'agit-il ?" ou quelque chose qui semble indiquer qu'elle est stressée ou n'a pas beaucoup de temps. Vous comprendrez rapidement quand le moment ne s'y prête pas.

QU'EN DITES-VOUS ?

« Pourquoi changer mon pitch et m'intéresser à celui-ci ? », me suis-je dit la première fois. Pensez au nombre de commerciaux dans le monde et au nombre de prospects potentiels. J'ai finalement choisi ce script parce que je voulais me démarquer des autres, tout en créant des conversations et des dialogues plus agréables !



Si vous avez des questions ou souhaitez avoir davantage d'informations à propos de GetAccept, n'hésitez pas à me contacter à : anne.charlotte.sanchez@getaccept.com.

– Anne-Charlotte Sanchez