

Bonus – épisode 2/5 : Comment obtenir des informations, sans tomber dans le questionnaire de police !



Dans l'épisode précédent nous avons vu que pour mieux prospecter et mieux vendre c'est avant tout une démarche psychologique et une méthode à respecter tant sur la forme que sur le fond.

Alors je t'ai donné 7 points pour justement renvoyer une bonne image. Mais est-ce suffisant ?

Absolument pas.

Cool, car après avoir dégager l'image de quelqu'un qui est sûr de soi.

Il faut maintenant trouver le moyen afin que tes prospects soient **intéressés**, qu'ils aient **envie de t'écouter**. Et pour ça il y'a une méthode soi-disant « has been » dont presque plus personne ne parle.

Pourtant les grandes enseignes ils en connaissent un rayon sur cette méthode (tu auras remarqué le jeux de mots 😊)

Tous l'appliquent car elle marche toujours autant. Des géants comme Apple, Amazon, Tesla en on fait un art ...

Une méthode qui te permet:

- d'aller droit au but.
- d'appuyer sur **le bon bouton** pour que tes prospects **achètent sans leur forcer la main**.
- tout de suite de répondre aux attentes de ton prospect de **manière chirurgicale** et que tu puisses prendre plaisir à vendre.

Une méthode qui va forcément plaire à ton **client** puisqu'il sera écouté et pris en considération. Cette méthode il s'agit de... roulement de tambour... 😊

La méthode AIDA : Attention, Intérêt, Désir, Achat.

Là soit tu te dis « *euuh c'est quoi ce truc encore* » Ou soit « *rassure moi Soufyane tu n'es pas sérieux ? C'est vieux comme le monde cette technique, allez je quitte la page* »

Si tu fais partie de la deuxième catégorie, on t'a jamais dit que c'est dans les vieux pots qu'ont fait les meilleures confitures 😊 ?

Tout les grands Marketeurs te le diront : ils n'ont rien inventé mais au contraire ils ont su parfaitement appliqué et utilisé des méthodes, des techniques connues depuis bien longtemps, mais les ont **adaptés** à un contexte précis et à leur époque.

Il faut toujours copier et appliquer ce qui marche : c'est une des règles d'or souviens-toi , par exemple Microsoft a copié Apple pour créer Windows, Quick a copié Mc Donalds, bref la liste est longue..

Quant à toi qui ne sait pas forcément ce que signifie cette méthode, lis bien attentivement ce qui suit.

Face à un environnement concurrentiel et à des clients de plus en plus exigeants et volatiles, vendre nécessite aujourd'hui d'acquérir un **savoir-faire et un savoir-être**.

Alors c'est quoi cette méthode ?

Pour faire simple face à un prospect on attire l'**attention**, puis on éveille son **intérêt** pour susciter le **désir** et enfin on passe à l'acte **d'achat**..

Ok ça c'est le côté théorique.



Dans les faits c'est plus subtil. Car mon rôle c'est de te simplifier tout ça et t'aider à faire les choses de manière intelligente **pour VRAIMENT faire la différence**.

Au sein de **Synapse Marketing** on tend à vulgariser, démystifier tout ça dans un seul et unique but: t'aider à mieux vendre, prendre du plaisir et être dans le **CONCRET**.

Le côté théorique c'est pas ici. Par contre je te préviens cette méthode demande une capacité d'écoute assez profonde.

Mais si je te disais que j'ai un **plan d'action** qui te montre pas à pas la structure type , bien loin des grands discours.

Si je te disais que ci-dessous tu vas trouver une **structure type** inspirée bien évidemment de la **méthode AIDA** qui est le fruit de **plusieurs années d'essais, de beaucoup d'erreurs, de lectures, d'argumentaires rédigés** en pleine nuit ou dans la voiture entre 2 rendez-vous clientèle, et enfin d'une **psychologie client** passée au peigne fin.

Personnellement j'aurais aimé avoir ce genre de **PLAN D'ACTION** lorsque j'ai commencé, ça m'aurait évité entre autres les coups de sang de mon ancien Manager, mais bon ça c'est un autre sujet hein 😊



coup de sang de mon ancien Directeur pour faire plus de ventes !

Cette structure est transportable, duplicable, dans le sens où que tu vendes par téléphone, physiquement ou sur internet (dans le cadre où tu vends des produits numériques) et que dans un premier temps tu utilises pas le téléphone, saches que la trame est parfaitement applicable pour ton argumentaire, c'est la même chose.

Même si bien évidemment ce qui nous intéresse ici c'est comment prospecter et vendre par téléphone.

L'idée c'est que tu puisses grâce à ce **plan** pouvoir **modifier radicalement et immédiatement ton efficacité commerciale et la qualité de ton discours**.

Tu vas gagner en professionnalisme et surtout tu vas savoir prendre le recul nécessaire afin de mieux répondre aux besoins de ton prospect. Ce plan j'ai essayé de le rendre le plus court possible pour aller droit au but car je sais que t'aimes pas les longs discours 😊

Mais surtout j'ai vraiment voulu mettre à ta disposition **une route clair, simple et efficace**.

Comment?

En regroupant 4 étapes clés :

- la qualification des prospects
- l'argumentation
- le traitement des objections
- et enfin la conclusion

Commençons par la première partie si tu le veux bien.

La qualification des prospects

Qu'est ce que ça signifie ?

Concrètement qualifier les prospects c'est découvrir **qui ils sont , ce qu'ils font , ce qu'ils ont et ce dont ils ont besoin** autrement dit c'est la **phase de découverte**. Il s'agit de faire de **l'écoute active** et de se comporter comme un véritable **psychologue**.

Pourquoi? Car un client qui n'a pas parlé ne pourra pas être convaincue par tes arguments parce qu'il aura l'impression que ta **solution** n'est pas adapté à son **problème**.

Du coup comment faire ?

C'est simple, montre un intérêt sincère en faisant preuve **d'empathie**, sois **bienveillant**, montre que tu t'intéresses à lui, parle-lui comme un ami, comme quelqu'un qui leur est «familier».

Il faut toujours garder en tête de «transformer des inconnus en amis, et des amis en clients »

L'**empathie** qui est la capacité à se mettre à la place de quelqu'un d'autre pour comprendre ses sentiments, ses raisonnements et ses motivations, est véritablement la **clé** !

Pour justement pousser ton prospect à parler afin de recueillir un maximum d'informations , il faut que tu fasses ce qu'on appelle de « **l'écoute bienveillante** » .

Cette notion à été développée à partir des travaux du **psychologue américain Carl Rogers**.

Concrètement c'est quoi ?

En fait ce concept permet de recueillir l'information la plus complète dans une relation de confiance qui permet à chacun de se sentir reconnu et compris.

L'**écoute** qui consiste à recevoir un message et le comprendre devient **active** lorsque la personne qui la pratique **participe activement** à la compréhension du message.

Là tu te dis peut-être :

« *Hmmm ok pour la définition scientifique mais dans les faits c'est comment* » ? 😊

Dans les faits il s'agit de montrer de l'intérêt et de la curiosité, de demander des clarifications, de ne pas juger ni d'interpréter.

Pourquoi ?

Car si t'es en mesure de répéter ce que dit ton prospect d'une manière qui le satisfait mais en utilisant tes mots, alors c'est gagné. Ainsi écouté, ton prospect perçoit qu'il a l'oreille de quelqu'un qui s'intéresse à ses particularités sans chercher à le juger ou le forcer à faire quelque chose.

Le prospect ressent que tu cherches à le comprendre. En adoptant cette posture tu prouves que tu n'es pas obnubilé par la vente et cela donnera une meilleure image et ça crois moi c'est extrêmement important puisque tes prospects te qualifie également .

Tes clients recherchent **de la fiabilité , de la loyauté et de la confiance**.

Or si tu renvoies pas l'image de quelqu'un qui veut réellement les aider à résoudre leurs problèmes, tu risques de les faire fuir. L'objectif ici est de déterminer si ton offre correspond à la situation de ton prospect et si oui tes questions l'amèneront à se rendre compte **par lui-même** que ta **solution** est la **meilleure pour son problème**.

Du coup, pose lui des questions afin de l'amener à te dire où il en est actuellement, si ses besoins ont été satisfaits ou pas par le passé, qu'est-ce qui a fonctionné ou pas, bref être à son écoute.

Sans tomber dans le **questionnaire de police**, renseigne-toi sur sa situation.

Ces informations seront utiles lors de ta phase de **présentation**, **d'argumentation** ou de **conclusion** pour mettre en avant **l'adéquation** de ce que tu proposes avec ses besoins.

Retiens une chose : plus tu en sais sur ton prospect , plus tu pourras justifier le positionnement et la différenciation de ton offre par rapport à tes concurrents.

Dans certains cas, il faut que tu attendes le bon moment pour poser des questions et dans d'autres il faut créer l'opportunité.

Inspecteur Columbo lui c'est un modèle du genre 😊



Imagine que tu sois un détective disons... Inspecteur Columbo. Non pas pour élucider un meurtre hein 😊 Mais pour sa méthode de travail .

En effet la **qualification efficace** a été incarnée dans cette célèbre série télévisée des années 70 encore populaire aujourd'hui, car en matière de qualification le lieutenant Columbo est **le meilleur**.

Pourquoi? Car tout simplement :

- il sait poser **LES bonnes questions**.
- il considère toujours la personne qu'il interroge comme beaucoup plus importante que lui.
- il fait preuve **d'humilité, d'empathie et sait remercier les personnes de lui avoir accordé un peu de leur temps** et de lui avoir fourni des informations. Et même si ces informations peuvent paraître anodines, il fait comme s'il s'agissait de la clé de l'énigme.
- il sait **rebondir**.
- il a le sens de **l'humour et de l'autodérision** (souviens toi des 7 points pour renvoyer une bonne image dans [l'épisode précédent](#))

En résumé fais comme lui 😊 Tout comme l'Inspecteur tu te dois de rassembler **des informations** pour élucider le mystère des besoins de ton prospect. Sauf qu'il y'a un petit hic .

Car s'il suffisait de te présenter avec 2 ou 3 questions auxquelles ton prospect répondrait de façon directe, ce serait un jeu d'enfant.

Mais ce n'est pas toujours aussi facile, il s'agit souvent de procéder à un **décryptage des situations uniques, originales** de chacun pour ensuite proposer des arguments sur mesure et ce grâce à une écoute approfondie.

J'ai rencontré durant mon parcours de très grands « vendeurs » dans les 4 coins du monde loin de la caricature qu'on a d'eux (tu sais celui à la grosse gourmette, qui parle beaucoup et qui veut à tout prix vendre etc...)

Saches que l'image du vendeur forcément roi de la « tchatte » n'est rien d'autre qu'une légende.

Car sa réussite réside avant tout dans sa capacité à **entendre les besoins de ses clients**, autrement dit à ouvrir ses oreilles bien plus souvent que sa bouche.

Bref tout les ~~vendeurs~~ techniciens que j'ai rencontré ont ce point commun: ils écoutent plus qu'ils ne parlent. D'ailleurs tu serais étonné de savoir à quel point il est fréquent que si tu laisses les autres écouter leur voix préférée, en l'occurrence la leur, ils te trouveront merveilleux 😊

Donc le but ici est de s'intéresser **sincèrement à ton prospect et de façon naturel**.

Et spontanément il te donnera des points sur lesquels tu vas t'appuyer pour argumenter. Alors oui j'entends ce discours qui consiste à dire «*la vente c'est pas mon truc , en plus j'aime pas les vendeurs ils s'intéressent à toi que par intérêt...*»

Toi qui me lis, saches une chose : tu vends tout les jours sans t'en rendre compte .

Tu veux un exemple ?

- tu négocies avec ton/ta conjoint(e) une destination de vacances plutôt qu'une autre.
- tu négocies avec ton patron une augmentation de salaire.
- tu vends à ton enfant que la lecture de livres c'est mieux que les jeux vidéos. Bref la liste est là encore très longue et c'est pas un mais plusieurs exemples que je t 'ai donné. 😊

Dans le monde actuel, nous sommes tous des vendeurs, que nous le voulions ou pas. Ne serait-ce que passer une annonce sur LeBonCoin pour vendre son canapé.

Convaincre les autres, c'est-à-dire vendre, mais aussi persuader ou influencer est devenu une part essentielle du travail de la plupart d'entre nous. Dans notre imaginaire on se dit que vendre c'est être un « *marchand de rêves* » pire encore un « *manipulateur* ».

C'est pas le cas.

Néanmoins, je suis toujours étonné de voir à quel point le mot « vendeur » est considéré comme un gros mot dans l'esprit de beaucoup de personnes. Le vendeur est soit un incapable qui ne mérite pas son salaire car « *le produit se vend tout seul car il est bon* » ou soit un escroc manipulateur qui « *vendrait du sable dans le désert* ». Donc généralement on confond influence et manipulation.

Et crois moi la différence est énorme et se résume en un mot : **L'ÉTHIQUE**. Au sein de **Synapse Marketing** mon rôle c'est de te réconcilier avec la vente (si tu étais fâché avec elle) et que ce soit plus une corvée pour toi.

Et maintenant « je fais quoi » ?

Ce qu'il te reste à faire c'est de passer à l'action en faisant preuve **d'écoute et d'empathie**, je ne le répéterai jamais assez mais c'est essentiel !

La découverte est la clé du succès. C'est la phase **la plus importante**. Du coup prends des notes sur ce que dit ton prospect, et surtout utilises ses propos pour répondre aux objections.

Il s'agit là de **faire parler ton prospect** en le guidant avec des **questions ouvertes** afin de l'amener à dégager **une problématique**, et toi un peu plus tard d'y apporter la solution mais également des **questions fermées** où là le prospect ne pourra répondre que par « oui ou non » ce qui te permet de mieux cibler ses attentes (n'oublies pas l'expert c'est toi pas lui) .

Nous reviendrons justement dans le dernier épisode sur le pouvoir des questions fermées et plus particulièrement du « oui » qu'on appelle le « **oui psychologique** » lors de la phase « **conclusion de la vente**».

Pour continuer à faire parler ton prospect tu dois avoir la posture d'un psy ne l'oublie pas et donc **reformuler** est une technique terriblement efficace. Par exemple : « *si j'ai bien compris ce que vous me dites c'est..* »

Pourquoi ?

- car premièrement elle permet de vérifier ta compréhension.
- deuxièmement en répondant mot-à-mot ou presque à ce que vient de dire ton prospect, cela l'encourage à continuer ce qu'il est en train de dire.
- et troisièmement ça prouve à ton prospect que tu as une prédisposition à l'écouter.

Justement je t'ai préparé ci-dessous les 7 raccourcis que tu dois **ABSOLUMENT** appliquer!

Les 7 raccourcis pour obtenir des informations:

- montre à ton prospect l'importance que tu lui accordes en tant qu'individu.
- sers toi des **réponses** pour en savoir plus.
- emploie un **langage rassurant et un ton agréable**.
- **évite d'enchaîner une série de questions** comme si tu faisais un sondage ou pire un interrogatoire. Ce n'est pas le but de ton appel.
- privilégie une découverte basée sur **une discussion** avec ton prospect.
- utilise des phrases courtes et qui ont de l'impact, conjuguées au présent (c'est le **temps de l'action!**).
- utilise des expressions **imagées, affirmatives, positives**, qui permet au prospect de visualiser et de se projeter.

À très vite pour le prochain épisode , celui où malheureusement beaucoup commettent des erreurs ... 😞

Tu l'auras compris on parlera **d'argumentation** c'est-à-dire comment présenter ton produit.

D'ici là prends soin de toi et surtout passe à l'action !

Soufyane de **Synapse Marketing**



Salut ! Le petit bonhomme dans le rond c'est moi, Soufyane fondateur du site Synapse Marketing.
Mon but: t'aider à mieux prospecter et vendre afin que ça devienne une seconde nature pour toi !

P.S : Si ce que j'ai partagé avec toi aujourd'hui t'a déjà aidé à y voir plus clair, et que tu as un ami dont cette série peut aider, merci de partager **cette page** afin que vendre devienne une seconde nature 😊

Merci !

