



4 erreurs à ne pas commettre lorsque l'on répond à une demande de projet

Quatre professionnels Houzz dévoilent les pièges à éviter pour obtenir davantage de demandes de projet et décrocher de nouveaux contrats

Un client potentiel vient de vous contacter ; peut-être même vous a-t-il demandé un devis ! Que devriez-vous maintenant faire pour vous assurer de remporter le projet ? Nous avons demandé à quatre professionnels Houzz de

partager avec nous quelques-unes des erreurs qu'ils ont pu commettre dans le passé en répondant à des demandes de projet, et les leçons qu'ils en ont tirées.

ERREUR N° 1

Attendre trop longtemps

Mieux vaut contacter le prospect le plus tôt possible.

« Je n'ai pas toujours été en mesure de répondre dans la foulée aux gens qui me contactaient », déclare Naomi Starr. « Si je ne réponds pas le jour même ou le lendemain, il est très rare que la demande débouche sur un projet. »

LA SOLUTION :

Donnez-vous un délai de réponse rapide et respectez-le

D'après une étude d'InsideSales, le vendeur qui répond en premier à la requête du client remporte le projet dans 30 à 50 % des cas. En vous habituant à répondre le plus rapidement possible, vous bénéficierez ainsi d'un avantage concurrentiel certain. « Dès que je reçois une demande de projet, j'appelle toujours la personne qui m'a contacté dans la minute, car je sais qu'elle est probablement toujours devant son téléphone ou son ordinateur et qu'elle est facilement joignable », déclare Taghi Shaw de Waze Development.

Le logiciel de gestion de projet Houzz Pro dispose notamment d'un outil de suivi des demandes, particulièrement pratique pour suivre et gérer vos clients potentiels et pour communiquer avec eux.

ERREUR N° 2

Ne relancer qu'une seule fois ses prospects

Près de 44 % des agents commerciaux renoncent à un prospect après la première relance sans réponse (Scripted, 2021). Pourtant, il faut en moyenne cinq échanges pour remporter un projet.

LA SOLUTION :

Planifiez des dates de relance

Les prospects doivent être relancés régulièrement et au bon moment ; c'est pourquoi de nombreuses personnes recourent à des logiciels afin de rester le mieux organisé possible. « Ce que je préfère dans Houzz Pro, c'est pouvoir créer mes propres modèles d'e-mail. Je peux ainsi répondre à chaque client dès le moment où l'on me contacte », déclare John McClain, architecte d'intérieur. « Houzz Pro m'envoie également des notifications pour me rappeler de relancer mes prospects. C'est comme si j'avais mon propre assistant ! »

ERREUR N° 3

Éviter les conversations téléphoniques

Ne sous-estimez pas l'intérêt que peuvent avoir les conversations directes dans votre stratégie de suivi des prospects.

« Lorsque je manquais de temps, j'avais pour habitude d'envoyer un message ou un e-mail. Aujourd'hui, je suis convaincue qu'appeler directement son contact reste le meilleur moyen de remporter un projet, » déclare Naomi, avant d'ajouter que « rien ne vaut un échange de vive voix pour en savoir plus sur le projet potentiel et les services dont le client a besoin. »

LA SOLUTION :

Utilisez différents canaux de communication

Pour obtenir l'attention de votre prospect, rien de mieux qu'un simple appel téléphonique. Il s'agit d'un excellent moyen pour répondre immédiatement à ses questions, tout en lui donnant l'occasion d'entendre votre voix. Vous serez toujours amené à envoyer des e-mails ou à utiliser Houzz Pro pour préparer vos devis ; toutefois, si vos relances restent lettre morte, le moment est peut-être venu de passer un coup de fil.

Grâce à Houzz Pro, vos clients peuvent eux-mêmes programmer des rendez-vous vidéo qui seront ensuite directement ajoutés à votre agenda.

ERREUR N° 4

Adopter une approche commerciale trop agressive

Ne vendez pas trop ouvertement et constamment votre entreprise et vos services. Réfléchissez plutôt à la façon dont vous pourriez construire une relation durable avec une personne qui deviendra à terme un client privilégié. N'oubliez pas de rester professionnel en toutes circonstances et de ne pas employer un jargon que le prospect ne comprendrait pas.

LA SOLUTION :

Peaufinez votre discours et posez des questions

Il peut être judicieux de préparer une liste de questions ouvertes avant chaque entretien : ainsi, vous montrerez à votre client que vous vous souciez de ce qu'il pense, et vous vous assurez au passage d'obtenir toutes les informations nécessaires au bon déroulement du projet. Vos questions doivent amener vos clients à bien réfléchir avant de répondre afin de vous donner les informations les plus détaillées possibles.

« Le meilleur conseil que j'ai pu recevoir, c'est celui-ci : posez des questions, et restez à l'écoute », déclare Sophie Utley, de Ellen Utley Interiors. « Si vous êtes en mesure d'aider le client à résoudre son problème, faites-le lui savoir : il vous demandera directement de vous en charger. »

Aimeriez-vous gérer vos demandes de projet plus facilement ? Grâce à Houzz Pro, vous pourrez :

- Organiser et gérer vos demandes de projets où que vous soyez ;
- Mettre à jour leur statut ;
- Planifier des rappels pour contacter vos clients à des dates définies ;
- Envoyer des e-mails, des photos et des fichiers à vos différents contacts.