

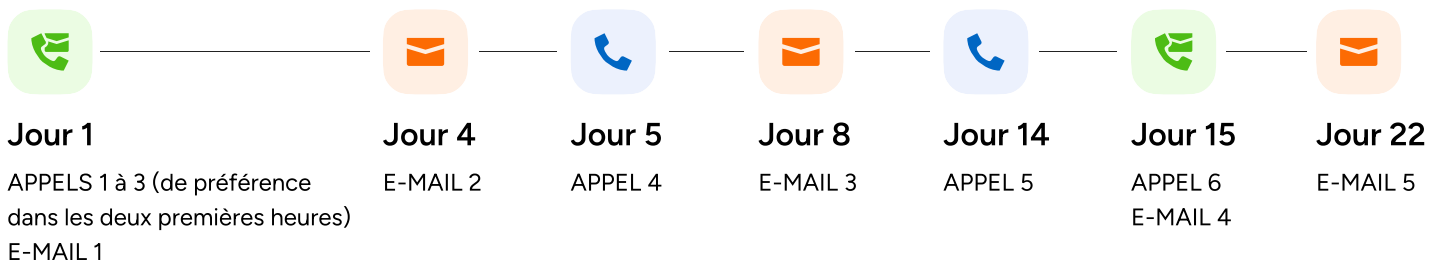
L'art de la relance : convertir plus de prospects en clients

Une stratégie de relance cohérente est essentielle pour susciter l'intérêt des propriétaires et augmenter votre taux de conversion. Mais en quoi cela consiste-t-il ? Nous vous proposons un planning ainsi que les bonnes pratiques pour valoriser votre travail et convaincre les clients potentiels de vous choisir plutôt qu'un concurrent.

Stratégie de prospection

Savez-vous que les prospects ont besoin en moyenne de 10 « contacts » pour devenir des clients ? Il ne s'agit pas de faire de la communication à outrance, mais chaque interaction doit être sincère, brève et pertinente.

Les études montrent qu'une réponse rapide à un client potentiel augmente les chances de décrocher un projet.



Le rendez-vous commercial

Voici une recette simple pour convaincre vos clients potentiels de faire appel à vous :

Un argumentaire de 60 secondes + Une solution sur mesure pour le client = Votre pitch personnalisé

Lignes directrices en matière de suivi

Maintenez une présence constante avec des messages courts, directs et toujours personnalisés.

E-MAILS

Apportez de la valeur ajoutée à chaque fois que vous envoyez un e-mail :

- Utilisez un objet explicatif de 5 mots ou moins
- Veillez à ce que votre message soit court (50 à 125 mots)
- Incluez 1 à 3 questions sur le projet
- Ajoutez des photos pertinentes de votre portfolio
- Insérez un lien vers votre profil Houzz et/ou votre site Internet
- Terminez par un appel à l'action

MESSAGES VOCAUX

Personnalisez vos messages vocaux avec des informations de suivi utiles :

- Soyez bref - 20 à 30 secondes suffisent
- Rappelez qui vous êtes et comment vous pouvez aider
- Posez des questions sur les détails du projet ou répondez aux questions les plus courantes
- Pour appuyer votre message, récapitulez-le dans votre prochain e-mail
- Laissez votre numéro dans tous les cas