

4 erreurs à ne pas commettre lorsque l'on répond à un prospect

Un client potentiel vient de vous contacter : que devriez-vous maintenant faire pour vous assurer de décrocher le projet ? Nous avons demandé à quatre professionnels 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. 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. Naomi Starr, décoratrice d'intérieur, déclare à ce sujet : « Je n'ai pas toujours été en mesure de répondre dans la foulée aux gens qui me contactaient. Si je ne réponds pas le jour même ou le lendemain, il est très rare que la demande débouche sur un projet. »

LA SOLUTION

Respectez un délai de réponse rapide

En vous habituant à répondre le rapidement possible, vous bénéficiez 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.

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 ([Invespro](#)). 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 ! »

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 de répondre aux questions en temps réel tout en donnant aux prospects un aperçu de votre personnalité et de votre style de travail. L'e-mail a certainement sa place dans votre stratégie de suivi des prospects, toutefois, si vos relances restent lettre morte, le moment est peut-être venu de passer un coup de fil.

Adopter une approche commerciale trop agressive

Il y a une différence entre éduquer vos prospects sur ce que vous faites et donner l'impression de réciter une brochure commerciale. Plutôt que de chercher à « vendre », concentrez-vous sur la construction d'une relation avec votre prospect et sur la question de savoir si vous pouvez ou non l'aider. Une conversation authentique et professionnelle aura bien plus d'impact qu'un simple discours marketing.

LA SOLUTION

Préparez-vous et restez à l'écoute

Il peut être judicieux de préparer une liste de questions ouvertes avant chaque entretien : ainsi, vous montrez 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. »

The screenshot shows the Houzz Pro software interface. On the left, there's a sidebar with icons for messages, notifications, and a search bar. The main area has two sections: 'Demandes de projet' (Project Requests) and 'Toutes les demandes en cours' (All active requests). In 'Demandes de projet', there are categories like 'Demandes en cours' (7), 'Nouveau' (1), 'En cours' (2), etc. In 'Toutes les demandes en cours', there's a list of requests from users like Chloé, Clara Siamet, Rose, Laurent Fournier, Maxime Taullier, Jean Renet, and Antoine Baury, each with a status (No, VÉRIFIÉE, Mi, De, Re, Mi) and a small profile picture.

Gérez vos demandes de projet plus facilement grâce à Houzz Pro

- Organisez et gérez vos demandes de projet sur une seule et même plateforme, peu importe leur source ;
- Utilisez des modèles d'e-mails pour contacter vos prospects avant vos concurrents ;
- Faites avancer vos prospects d'une étape à l'autre pour toujours savoir quelle sera votre prochaine action ;
- Permettez aux prospects de planifier des appels en fonction de vos créneaux horaires disponibles ;
- Votre agenda est trop chargé ? Mettez vos prospects en attente pour les recontacter plus tard.