



# BOOK COMMERCIAL

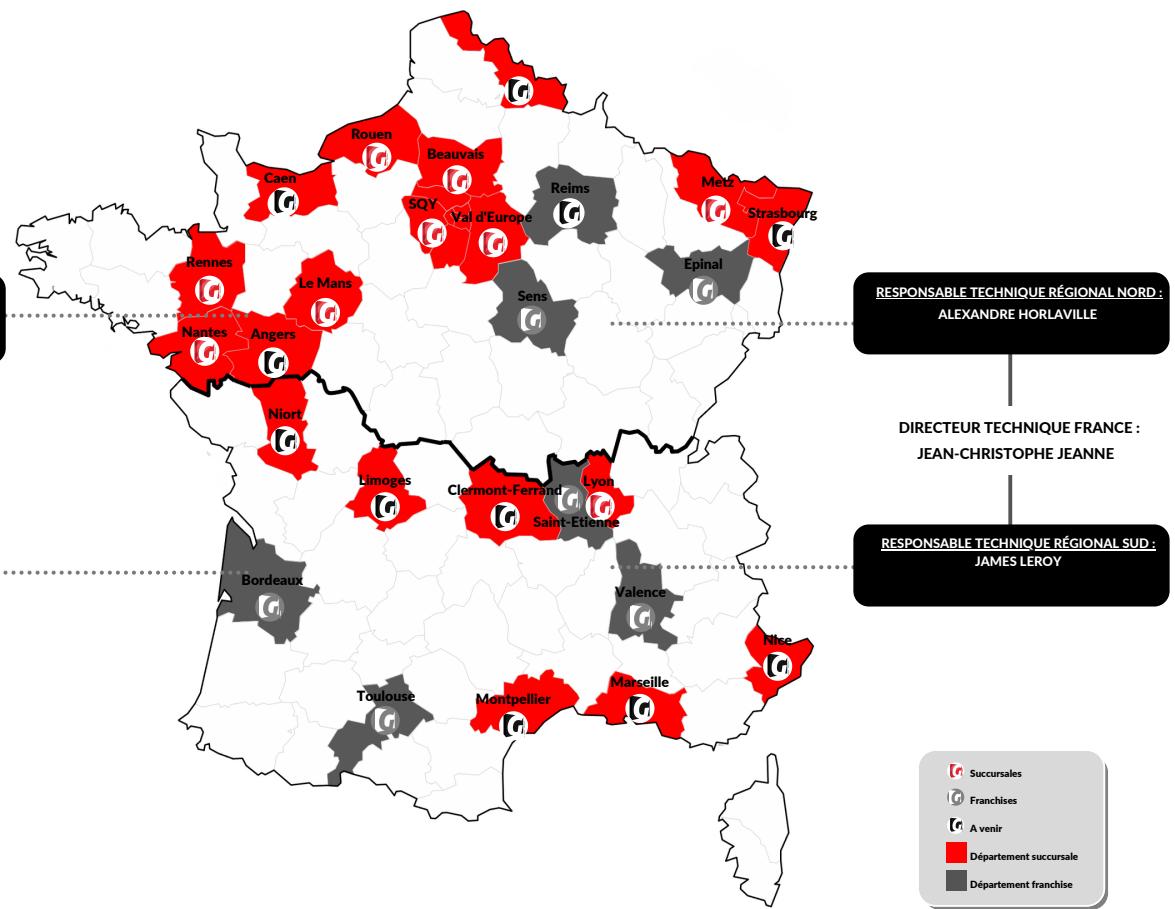
# PRÉSENTATION

2015  
Création  
Par Giani GUIMS

2015  
Première agence  
Située à Montévrain

2020  
Franchise  
GPB entame son expansion en France via le réseau d'agences succursales/franchisées

2021  
Siège  
Située à Bussy-Saint-Geroge



## POUR TOUT PARE-BRISE REMPLACÉ\*

TOUTES MARQUES

TOUTES ASSURANCES

SANS AVANCE DE FRAIS

FRANCHISE  
**100%**  
OFFERTE

OU

TVA  
OFFERTE

OU

CARTE CADEAU  
**150 €**

\*jusqu'à 200€

## NOS OFFRES

**NOUS PROPOSONS TOUTE L'ANNÉE À NOS CLIENTS DES OFFRES 100% GAGNANTES.**

Nos offres fixes sont les suivantes :

- Pour les particuliers, nous offrons la franchise à 100%.
- Pour les professionnels, nous offrons la TVA jusqu'à 200€.

Il arrive que des offres limitées dans le temps soient appliquées (ex : balais d'essuie-glaces offerts...), dans ce cas, vous serez tenus au courant par vos responsables respectifs.



# NOS SERVICES

**CHEZ GLOBAL PARE-BRISE, NOUS AVONS FAIT LE CHOIX DE PLACER LA SATISFACTION DE NOS CLIENTS AU CENTRE DE NOS DÉMARCHES.**

Ainsi nous proposons :

- Le remplacement du pare-brise, des glaces latérales, des lunettes arrières ainsi que des optiques.
- L'intervention de nos techniciens à domicile, sur le lieu de travail de nos clients ou en centre.
- La prise en charge de toutes les démarches administratives auprès des assurances.

# Le service Global Pare-Brise®

Comment nous changeons votre pare-brise  
en quelques étapes !



Nous commençons par nettoyer le pare-brise neuf



Nous retirons ensuite les essuie-glace



Le pare-brise est découpé avec un couteau spécial



L'ancienne colle est retirée et nous nettoyons les montants



Nous posons la colle sur le nouveau pare-brise



A l'aide de ventouses, nous posons le pare-brise



Enfin, nous remettons tout en place



Vous repartez avec un pare-brise comme neuf



Et un petit souvenir !

# PROCÉDURE D'ENVOI DES DOCUMENTS

- Toutes les ventes signées doivent être transmises par mail au Call Commercial **call@globalparebrise.com+ photo@globalparebrise.com ainsi que le Responsable Commercial respectif au département.**
- L'objet du mail doit être au format suivant :  
**NOM / Plaque / Marque - Modèle/ Vitrage / Infos si capteurs ou autres**

**Exemple :**

**DUPONT / AB - 123 - CD / Renault - Clio 3 / PB / Avec capteurs pluie / Assurance**

- Doit être **impérativement joint au mail** les éléments suivants :

Bon de commande complet (ne pas oublier le kilométrage etc)

- Photo de la carte verte en cours de validité
- Photo recto-verso de la carte grise (les cartes barrées ne sont pas acceptées sauf si demande d'immatriculation en cours)
- Photo du contrôle technique complet si nécessaire, vérifier la date d'immatriculation : si datée de moins d'un an le procès verbal du CT est nécessaire
- Photos du véhicule : 1 photo vitre + plaque d'immatriculation, 1 photo où la fissure/impact est bien apparent, 1 photo des capteurs

**ATTENTION À LA QUALITÉ DES PHOTOS NOTAMMENT SI ELLE SONT PRISES EN CONTRE JOUR ! Il est impératif de pouvoir bien identifier le type de capteur.**

## EXEMPLES DE PHOTOS ACCEPTÉES



## EXEMPLES DE PHOTOS À ÉVITER



# TECHNIQUES DE VENTE

**Introduction : Qui suis-je et pourquoi m'écouter ?**

Sortir du lot en suivant un processus défini :

- 1 - La prise de contact : L'occasion de démontrer en quelques secondes votre intérêt pour votre prospect.
- 2 - La phase de découverte : Enquêtez subtilement pour mettre en "confiance".
- 3 - L'argumentation : Faites résonner votre discours commercial (*voir argumentaire de vente*)
- 4 - Le traitement des objections (*se reporter au traitement des objections*)
- 5 - La conclusion
- 6 - Verrouillage des solutions apportées : avec style et autorité!
- 7 - Prise de photos de l'ensemble des documents nécessaires à la vente (attestation d'assurance en cours de validité, carte grise recto-verso non barrée, pare-brise/vitre, CT...)
- 8 - Vente réalisée. Bravo !!

**En techniques de vente, il y a un ordre logique à respecter**, c'est ce que l'on appelle **les étapes de la vente** : prospection terrain, prise de contact, découverte, argumentation...

Mais comprenez bien que si vous n'avez pas de structure, si vous ne procédez pas dans l'ordre cela ne marchera pas. Si le client ne sais pas où il va, ne comprend pas clairement où vous souhaitez l'emmener, ni quelle est la valeur ajoutée que vous allez lui apporter et pourquoi vous plutôt qu'un autre, alors c'est perdu d'avance !

### **La plupart des vendeurs ont deux gros défauts**

**Tout d'abord, ils parlent trop et n'écoutent pas assez le client.**

Ils sont tellement concentrés sur leurs objectifs, leurs commissions, leurs arguments appris par cœur qu'ils passent à côté des informations clés livrées par le prospect/client.

Au final, quel est le résultat ? Trop de blabla, des monologues, de la "surargumentation" commerciale. Trop de standardisation dans la communication commerciale et pas assez de sur mesure.

Les clients sentent ça à 10km ! Et ils ne signeront pas s'ils ne sont pas convaincus ! Suivez le proverbe qui dit : "*L'Homme à deux oreilles et une bouche, c'est pour écouter deux fois plus qu'il ne parle*"

Oubliez vos a priori, écoutez attentivement et concentrez-vous. Posez des questions intelligentes qui vous permettront de mieux vendre.

Reformulez avec le client pour verrouiller et lui faire comprendre que vous êtes sur la même longueur d'onde.

## **Deuxième problème : le manque de préparation et de travail personnel**

L'improvisation ne paie pas ! Tout doit être préparé et millimétré. Travaillez, remettez-vous en question, perfectionnez-vous pour avoir un maximum de chance lors de vos débâcles !

Dans la vente rien ne doit être laissé au hasard.

Oubliez les mauvais pitch commerciaux. Si vous bégayez ou que vous ne savez pas quoi dire dans les premières secondes, si vous n'avez rien d'intéressant et d'intelligent à dire, comment voulez-vous capter l'attention de votre client ?

Travaillez votre accroche, testez, mesurez et corrigez-là pour obtenir la version la plus performante. Personnalisez ensuite vos accroches !

Devenez un adepte du principe d'engagement : À partir du moment où le client prend conscience de son problème et des solutions potentielles et de nos offres, il sera à votre écoute.

## **FAITES LUI DRESSER LES OREILLES !**

En effet, une argumentation générique ne fonctionne pas.

Un message de vente stérile est le meilleur moyen de rater une vente !

Vous constaterez que les techniques et méthodes de vente sont les mêmes, mais que chaque vente est unique car chaque client est unique, chaque situation commerciale est unique.

Vos arguments doivent faire vibrer, donner envie et créer des émotions fortes en termes de gain et d'économies.

Avec le pare-brise, nos offres et nos services, n'oubliez jamais qu'il s'agit de gain de temps, de gain d'argent, de confort, de sécurité...**Vous devez projeter votre client à travers un décalage positif entre sa situation actuelle et sa situation très prochaine grâce à vous.**

Par ailleurs, plus le client est concentré sur le gain, la gratuité ou l'économie réalisée, plus il sera conscient et il aura admis la valeur ajoutée de votre préconisation commerciale.

## **CRÉEZ DE LA VALEUR !**

Maintenant que vous avez compris que la vente requiert d'appliquer une véritable méthodologie, vous trouverez en pages suivantes, deux argumentaires de vente ayant fait leurs preuves chez Global Pare-Brise.

## **ARGUMENTAIRE n°1**

Bonjour Madame/Monsieur,

Je me présente, XXX de la société Global Pare-Brise.

Nous sommes partenaires avec XXX.

J'ai vu que vous aviez une fissure sur votre pare-brise.

Il y a longtemps qu'il est fissuré ?

- RÉPONSE CLIENT -

Pourquoi ne l'avez-vous pas changé ?

- RÉPONSE CLIENT -

Dans le cadre de notre partenariat, nous sommes là pour vous accompagner, on s'occupe de tout !

Vous n'avez qu'à vous laisser guider, nous sommes là pour vous faire gagner votre temps et votre argent.

En effet dans le cadre de votre garantie bris de glace, si vous avez une franchise, et je sais que vous en avez une puisque vous êtes assuré chez XXX, nous vous l'offrons. Le tout sans avancer les frais !

Notre service assurance est directement en contact avec votre assurance, qui nous informe sur l'état de votre dossier.

De là, nous vous recontacterons pour vous confirmer la bonne prise en charge, le fait que cela ne vous coûtera rien, et vous pourrez ainsi prendre le rendez-vous pour la pose.

Vous avez votre attestation d'assurance pour prendre les informations ?

## **ARGUMENTAIRE n°2**

Bonjour Madame/Monsieur,

C'est pour votre pare-brise (accompagné d'un signe de la main).

Suite aux différents partenariats que nous avons, si vous avez une franchise, nous vous l'offrons.

Vous savez si vous avez une franchise ?

Alors, en fait on rentre directement en contact avec votre assurance et on fait le point avec eux concernant votre dossier.

Si vous avez une franchise on vous l'offre à hauteur de 100€.

De plus, comme on est en échange directement avec eux, ils nous valident votre prise en charge, c'est-à-dire que nous serons réglés directement par votre assurance. Vous n'avez pas d'avance à faire.

Pour reprendre, nous gérons le côté administratif, vous n'avez rien à régler, tout ce que vous avez à faire, c'est répondre à ma collègue qui va vous appeler pour prendre rendez-vous ou vous voulez (chez vous, sur votre lieu de travail, etc...), même le samedi.

Pour ça, j'ai juste à prendre une photo de votre pare-brise pour justifier à votre assurance, c'est normal. Une photo de votre attestation d'assurance pour rentrer en contact avec votre assurance. Et votre numéro de téléphone pour vous recontacter.

Vous avez votre attestation d'assurance avec vous svp ?

## **TRAITEMENT DES OBJECTIONS**

Anticipation des points bloquants avec différents scénarios de réponses.

Exemples d'objections récurrentes (*traitez-les en inscrivant votre réponse en-dessous*) :

→ C'est mon mari qui s'en occupe :

→ Il faut que j'appelle mon assurance :

→ Je n'ai pas le temps, je suis très pressé(e) :

→ Je vais attendre l'approche de mon CT :

→ Je n'ai pas mes papiers avec moi :

→ C'est le véhicule de mon patron :

# ASSURANCES

Assurance	Franchise	Info visible sur la carte verte OUI ou NON
MACIF	Entre 50€ et 100€ (50, 60, 70, 75...)	NON
MAIF	Lettre en haut à droite : S, P, D = 50€ L = 0€	OUI
MMA	0€, 50€ ou 80€	NON
MATMUT	Lettre en bas à droite : H = 15% HSF = 0€	OUI
MAAF	En bas écrit en toute lettre : Si oui = 20% Si non = 0€	OUI
AXA	Soit 0€ ou 25% (max 120€)	NON
BPCE (Banque Populaire ou Caisse d'Épargne)	A droite : 0€ ou 60€ <b>Attention déclaration préalable du client auprès de son assurance</b>	OUI
ACM (Crédit Mutuelle, CIC)	0€, 50€ ou 70€ (rare exception 100€) <b>Attention déclaration préalable du client auprès de son assurance pour PEC</b>	OUI
ALLIANZ	En bas à droite : 49€, 59€, 69€, 79€, 89€ ou 99€	OUI
GAN	En bas à droite : 0€ ou 100€	OUI
PACIFICA (Crédit Agricole, LCL)	0€ <b>Attention déclaration préalable du client auprès de son assurance</b>	NON
EURO ASSURANCE	0€	NON
SOGESSUR (Société Général)	0€ ou 20% (max 80€)	NON
CARMA (Assurance Carrefour)	0€ ou 60€ <b>Attention déclaration préalable du client auprès de son assurance</b>	NON
GMF	Voir avec assurance <b>Attention déclaration préalable du client auprès de son assurance</b>	NON
AVIVA	Voir avec assurance	NON
LA POSTE	Voir montant sur CV	OUI
GROUPAMA*	0€ ou indiqué sur CV	OUI
DIRECT ASSURANCE*	Grosse franchise (entre 120€ et 250€)	NON

\* PASSAGE D'UN EXPERT POUR TARIFICATION ET CONSTATATION DES DÉGATS

**Pour toute autre assurance, se renseigner auprès des services du siège**



Pas de franchise  
99 € max  
**Demander les coordonnées de l'agence**

Facturation courtier ou au siège



**Expertise + Déclaration**  
À vérifier

Facturation courtier ou au siège



Pas de franchise ou 75 €

Facturation courtier ou au siège



20 % du montant TTC de l'intervention,  
maximum 120 €  
**Attention au dépassement de franchise**  
**Demander les coordonnées de l'agence**

Facturation courtier ou au siège



Pas de franchise

Facturation courtier ou au siège



**= AVANSUR**  
**Expertise en agence obligatoire**  
(Client proche agence)

Expertise en agence  
À la demande du client



**Chèque de caution obligatoire**

Facturation courtier ou au siège



Franchise 100 €

Facturation courtier ou au siège



Franchise 96 €

Facturation courtier ou au siège

	<p>Pas de franchise  <b>Déclaration à faire avec le client et récupérer le SMS avec les références du sinistre</b></p>	Facturation courtier ou au siège <b>SMS de validation à joindre au dossier</b>
	<p>Franchise presque 100 €  <a href="#">Regarder sur la carte</a></p>	Facturation courtier ou au siège
	<p>Franchise 0 € ou 80 €  <a href="#">Regarder sur la carte</a>  <b>Demander les coordonnées de l'agence</b></p>	Facturation courtier ou au siège
	<p>Pas de franchise ou 75 €</p>	Facturation courtier ou au siège
	<p>Franchise 60 €, 70 € ou 80 €</p>	<p>Expertise en agence  À la demande du client</p>
	<p>Franchise 0 €, 50 € ou 100 €  <a href="#">Regarder sur la carte</a>  <b>Demander les coordonnées de l'agence</b></p>	Facturation courtier ou au siège
	<p>15 % du montant TTC de l'intervention sans limite  <b>Attention au dépassement de franchise</b>  <a href="#">Regarder sur la carte (HSF = Sans franchise / H = Franchise)</a></p>	<p>Facturation courtier ou au siège  <b>Devis signé lors de la pose</b></p>
	<p>Pas de franchise pour les pro sinon 60 €</p>	Facturation courtier ou au siège
	<p>Franchise 75 €</p>	Facturation courtier ou au siège



Pas de franchise  
**Déclaration à faire avec le client et récupérer le SMS avec les références du sinistre**

Facturation courtier ou au siège  
**SMS de validation à joindre au dossier**  
**Conserver les pare-brises 2 mois**



20 % du montant TTC de l'intervention, maximum 80 €

Facturation courtier ou au siège



Facturation courtier ou au siège



Facturation courtier ou au siège



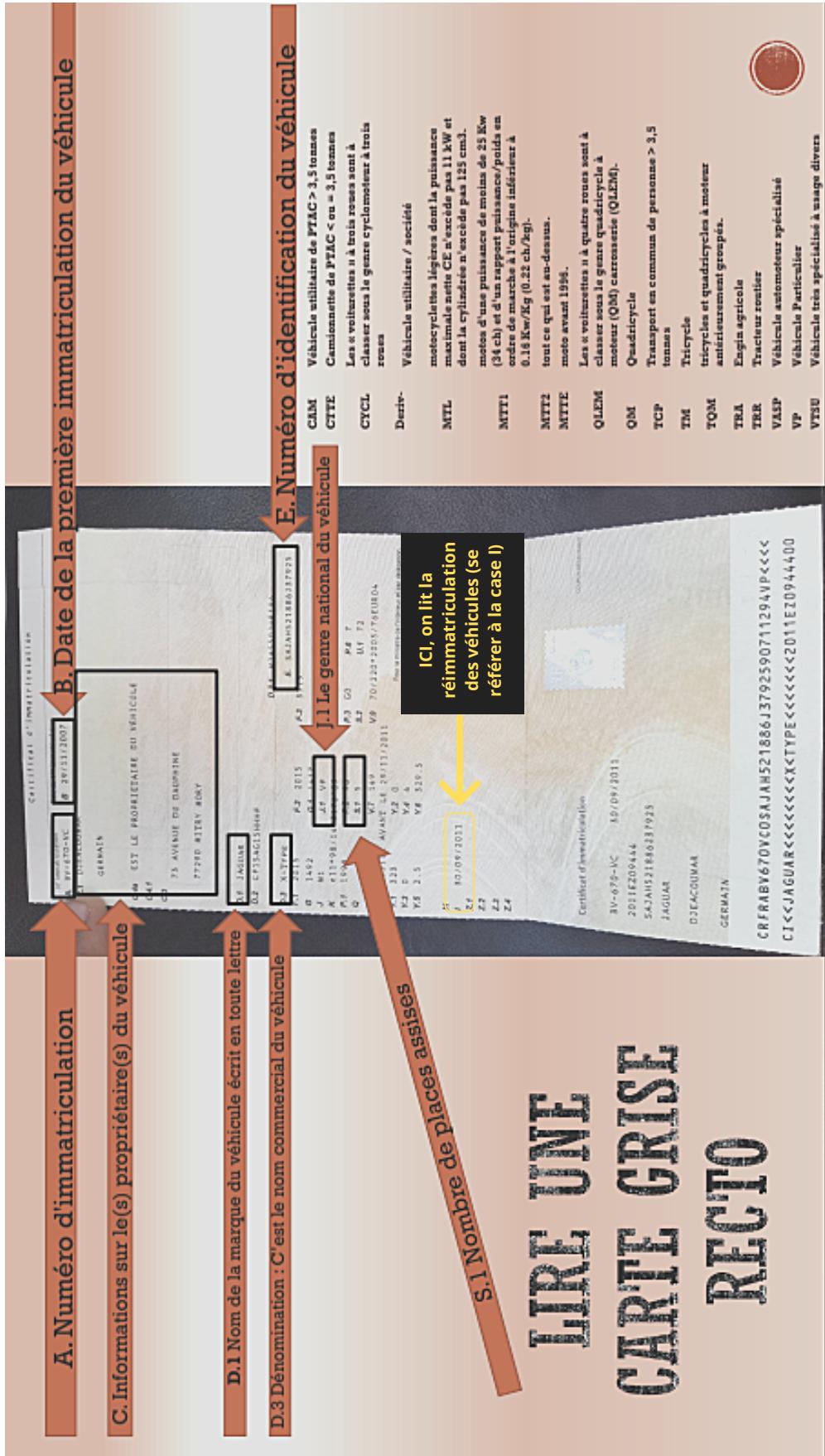
Facturation courtier ou au siège

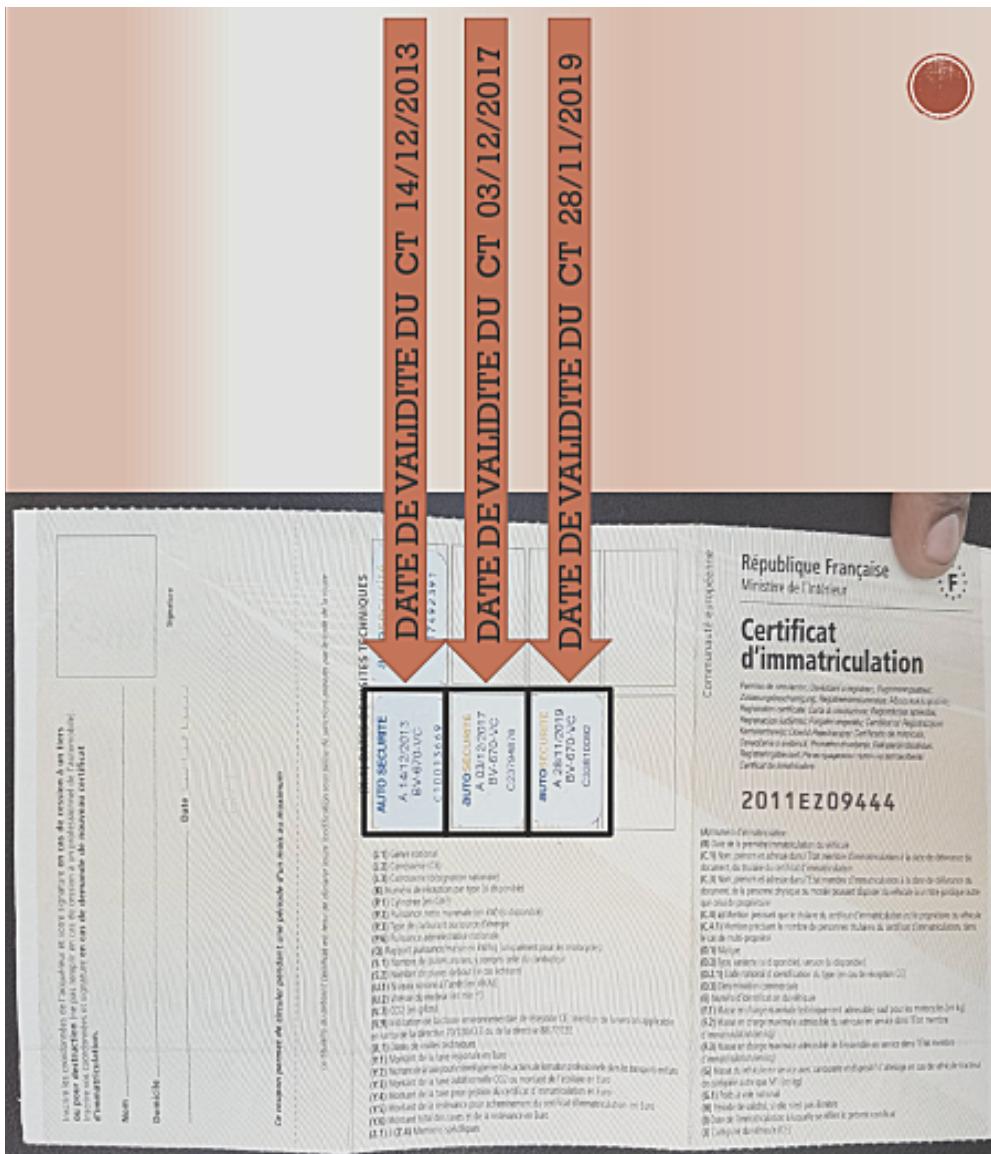
# SPÉCIFICITÉS ASSURANCES

- **AXA** : Référence sinistre obligatoire
- **PACIFICA** : Référence sinistre obligatoire + Prévenez le client qu'il y a possibilité d'expertise car sans l'expertise réalisée nous ne serons pas indemnisés + Conserver le PB jusqu'à l'expertise
- **ALLIANZ** : Les contrats souscrits après Juin 2019 ou avenant de l'assurance n'accepte plus la Cession de Crédit. Vérifier bien avec l'assurance sinon demander un chèque de caution au client.
- **DIRECT ASSURANCE** : Référence sinistre obligatoire + montant du tarif à respecter.
- **ACM** : Référence sinistre + demande de prise en charge
- **L'OLIVIER** : Référence sinistre + Montant de la franchise
- **GMF** : Référence sinistre
- **BPCE ASSURANCES** : Référence sinistre
- **MFA** : Référence sinistre

Le **contrôle technique** est **OBLIGATOIRE** pour tous les véhicules dont la **carte grise à moins d'un an** (sauf véhicule acheté il y a moins de 4 ans), ou pour les **contrats souscrits il y a moins 6 mois** (vérifier auprès de l'assurance).

Vérifier bien également que **les cotisations** du client soient à jour !





# LIRE UNE CARTE GRISE VERSO



# LE PARE-BRISE : DÉFINITION

Un pare-brise est une vitre située à l'avant d'un véhicule qui permet de protéger les passagers du vent et de la pluie tout en assurant une bonne visibilité au conducteur et aux passagers.

Depuis 1983, ils sont obligatoirement réalisés en verre feuilleté afin de réduire les risques de blessure en cas d'accident et sont généralement collés. La lunette arrière, non soumise à l'obligation, peut elle être fabriquée en verre trempé moins coûteux.

Le verre de sécurité feuilleté est un assemblage de deux feuilles de verre liées entre elles par un film de polyvinyle butyral (PVB).

Le verre peut être teinté ou bien réfléchissant afin de réduire le rayonnement solaire dans l'habitacle de la voiture. Certains pare-brises sont aussi équipés d'un détecteur de pluie afin d'activer automatiquement les essuie-glaces. D'autres pare-brise sont chauffants pour éliminer la buée ou le givre.

Tous les pare-brises fabriqués en Europe sont homologués par la norme 43R.

# **LE PARE-BRISE : DIFFÉRENCIER LES COULEURS**

Il existe plusieurs types de couleurs pour les pare-brises.

Les anciennes voitures peuvent être de couleur clair (quasiment transparent) ou bronze (aspect sombre et gris). On ne trouve presque plus ce genre de couleur.

Maintenant; la couleur basique est le vert, beaucoup plus efficace contre les éblouissements que la couleur clair.

Il y à la couleur athermique (dit aussi réfléchissant) afin de réduire le rayonnement solaire. Une feuille anti-UV se situe à l'intérieur du pare-brise. Ce modèle est beaucoup plus onéreux et il est considéré comme du haute gamme. Il donne un reflet bleu/violet sur ce genre de pare-brise.

Et certains constructeurs (Mercedes ou Ford par exemple) propose de la couleur bleue, mais cela reste très rare.

## **EXEMPLES DE COULEURS (1)**



## EXEMPLES DE COULEURS (2)

**Athermique** : Reflets plus violet que celui en dessous



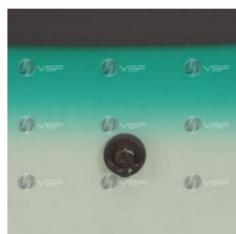
**Vert**



## LES OPTIONS / BANDES PARE-SOLEIL



DÉGRADÉ GRIS



DÉGRADÉ VERT

## LES OPTIONS / CHAUFFANT (1)



Sans l'option chauffant.



## LES OPTIONS / CHAUFFANT (2)



Sans l'option chauffant.



## LES OPTIONS / DÉTECTEUR DE PLUIE (1)



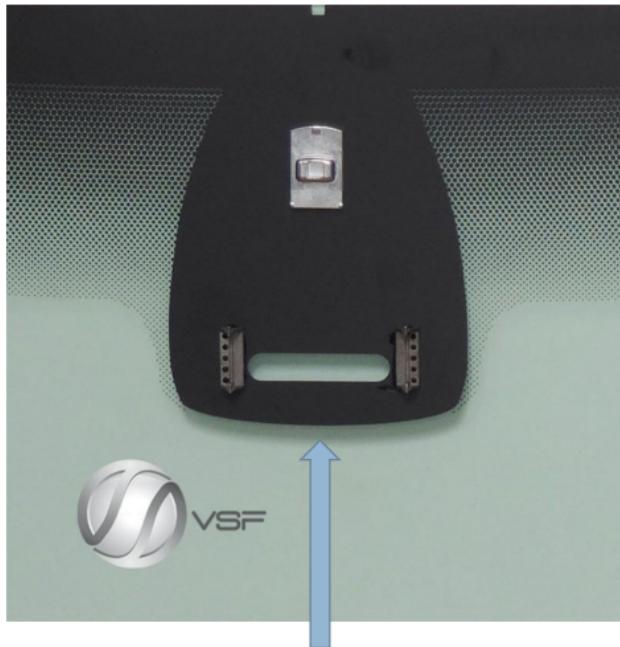
## LES OPTIONS / DÉTECTEUR DE PLUIE (2)

Il peut y avoir plusieurs types de capteur sur un même modèle de voiture, cela dépend de l'année et les options. Pour cette exemple, il s'agit d'une Peugeot 307.

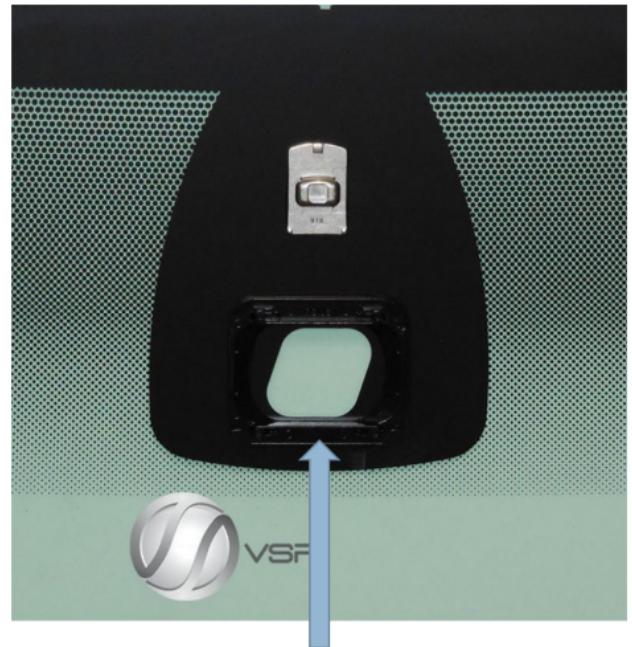


## LES OPTIONS / DÉTECTEUR DE PLUIE (3)

Pour cette exemple, il s'agit d'une Renault Laguna 2.



Capteur rectangle



Capteur carré

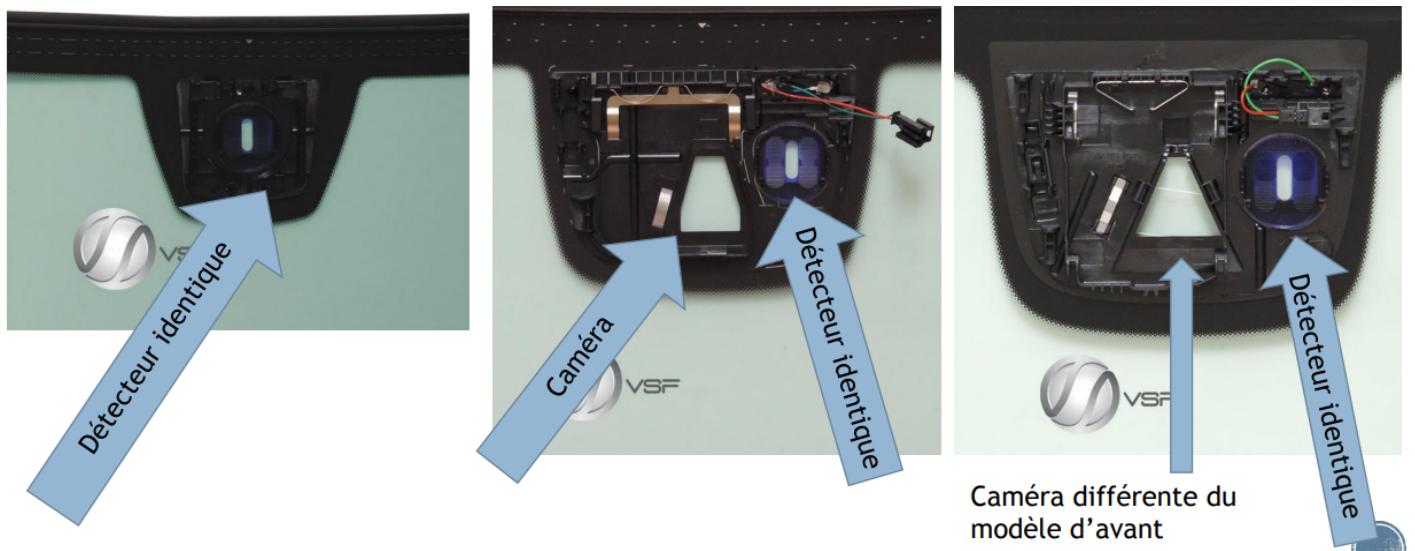
## **LES OPTIONS / CAMERA**

La camera peut servir à plusieurs options:

- Dépassement anti ligne blanche.
- L'assistance de maintien de voie.
- Calculer la distance avec le véhicule de devant.
- Freinage automatique d'urgence.
- La reconnaissance des panneaux.
- L'éclairage sans éblouissement.
- Détection des piétons.

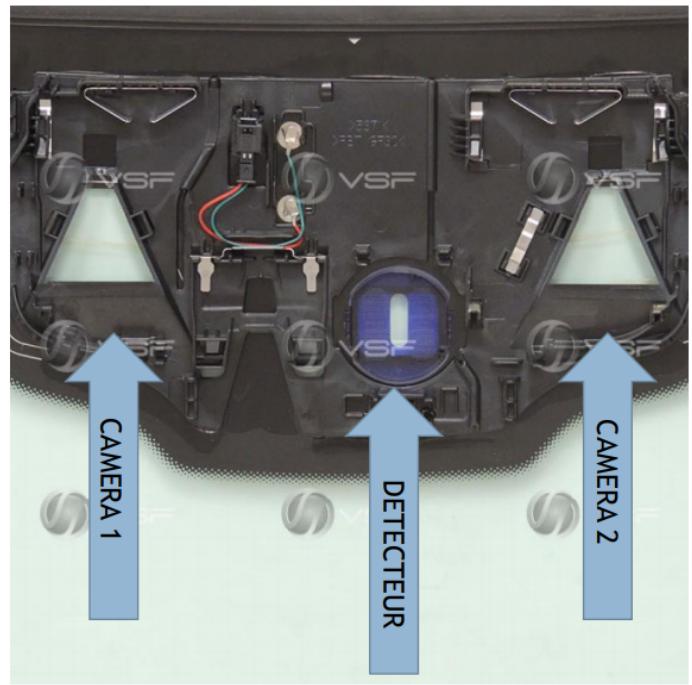
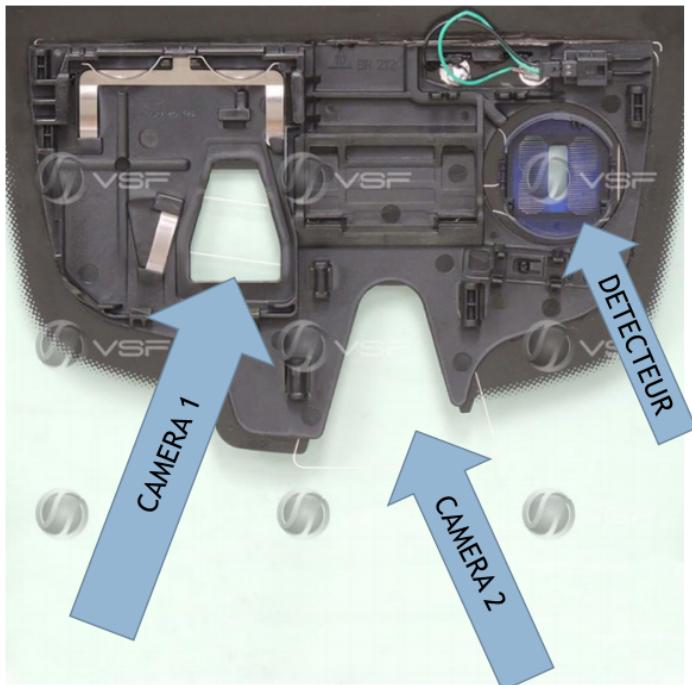
## LES OPTIONS / CAMERA (1)

Pour cette exemple sur une Mercedes classe E , il existe beaucoup de modèle pour le même véhicule. D'où l'intérêt de prendre systématiquement des photos.

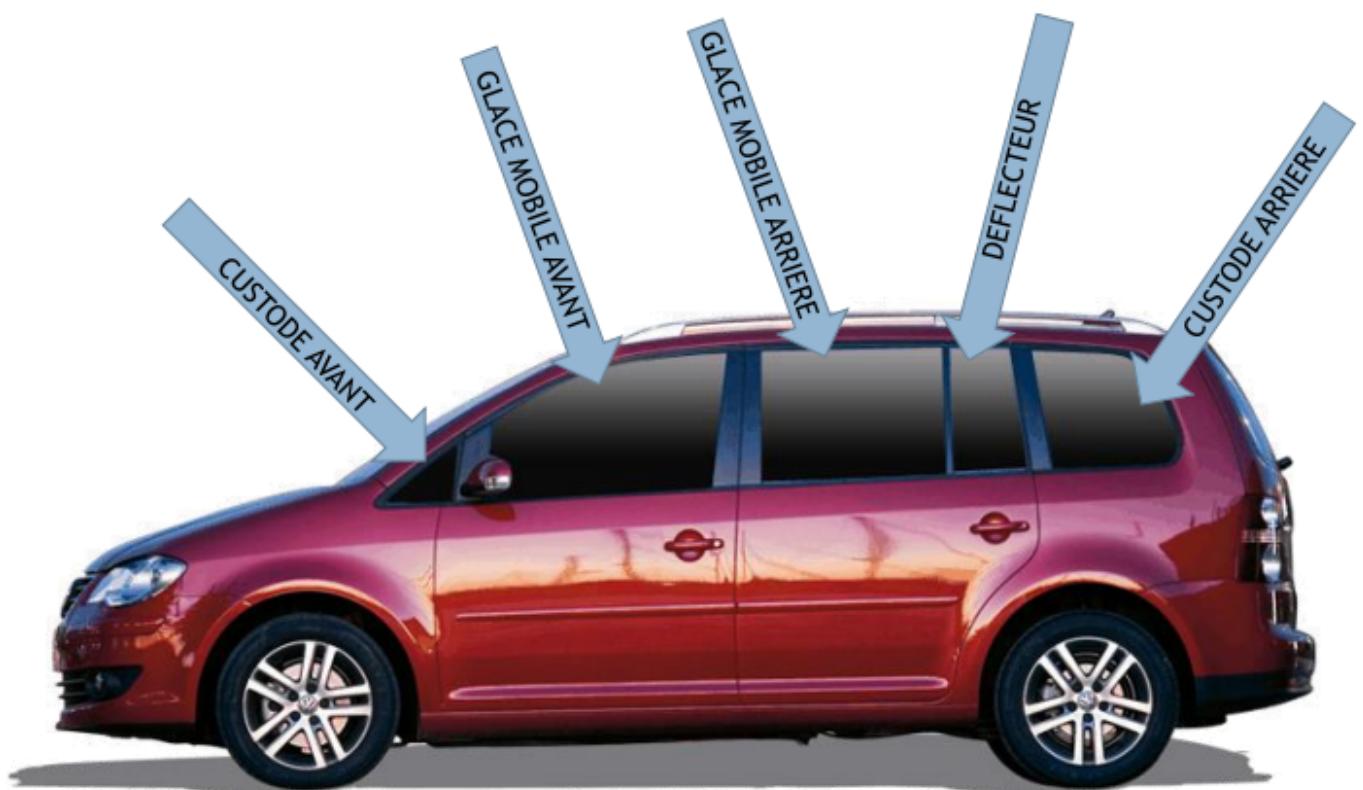


## LES OPTIONS / CAMERA (2)

Suite d'exemple toujours sur une Mercedes classe E, il y a deux cameras en plus du détecteur.



# DIFFÉRENCIER UNE CUSTODE ET UN DÉFLECTEUR



Le déflecteur (porte avant ou porte arrière) est un élément qui se trouve à l'intérieur de la porte, nécessitant souvent le démontage du panneau de porte pour accéder aux vis de fixation. Ne nécessite pas de colle pour le montage.



La custode avant ou arrière est un élément fixe qui se situe sur la carrosserie, celle-ci est collée sur la voiture.



# **LISTE DES SOURCES A VISITER SUR CHAQUE SECTEURS**

DES QUE POSSIBLE PROPOSER UN ETAT DES LIEUX DU PARC

AMBULANCES 1 JOB PAR AN PAR VEHICULE (surtout ambulance de campagne).

- LES SUPERMARCHES AVEC LOCATION.
- LES POMPES FUNEBRES A NE PAS SOUS ESTIMER.
- LES SOCIETES DE TAXIS.
- LES ENTREPRISES DE LOCATION (LOXAM,
- KILOUTOU, SALT)
- LES PAYSAGISTES (ENTRETIEN ESPACE VERT)
- LES CHU.
- SERVICE TECHNIQUE MAIRIE (PETITE ET MOYENNE)
- LES ENTREPRISES DE MESSAGERIE (DPD, UPS...)

**REVOIR LES PORTE-FEUILLES REGULIEREMENT ET ENREGISTRER LES INFORMATIONS...**

- REGLE DE REUSSITE D'UN SUIVI DE SES CLIENTS :

- Nos interlocuteurs n'ont pas de besoin de nous pour vivre, notre sujet (bris glace) n'est pas prioritaire, il faut donc que nous soyons proactif en prenant les devants en appliquant un suivi continu et efficace de chacun de nos clients.
- Pour le GOOGLE SHEETS l'alimenter dès la phase de prospection et surtout chaque contact doit faire l'objet d'un commentaire, et doit se terminer par la prévision de la prochaine étape (date et type d'action).

## TRAME PHONING

### Objectif de l'appel :

- La priorité est de demander un rdv (sans parler de l'offre)
- Si pas possible de le rencontrer, demander s'il a 5 mn pour expliquer l'offre par téléphone (soyez clair et concis)
- Si pas intéressé demander un mail pour avoir au minimum le contact

### **Différents cas d'appel :**

Bonjour, je m'appelle Jean-François Jeanne Global pare-brise, j'aimerais parler à la personne qui gère votre parc automobile / les véhicules de la société ?

### **Oui je vous le passe ! / oui c'est moi-même**

Bonjour, je m'appelle Jean-François Jeanne Global pare-brise, je suis commercial pour les professionnels du 76 nous avons mis en place une offre dédiée justement aux pros. Auriez-vous 15 mn à me consacrer \* pour que je puisse vous l'exposer ?

\*Version alternative :

Je suis sur votre secteur la semaine prochaine, auriez vous un créneau mardi ou mercredi?

### **Oui pas de soucis**

D'accord quel sont vos disponibilités ? Plutôt début fin de semaine ?

Matin, après-midi ?

- Je vous laisse noter le rdv sur votre agenda. Si vous avez le moindre empêchement n'hésitez pas à me prévenir ! (ça va inciter le client à noter le rdv et votre numéro de tel)
- Ou Voici mon numéro de téléphone .... N'hésitez pas à me contacter en cas d'imprévus.

Attention ne pas oublier de demander le nom du contact, l'adresse du rdv, éventuellement le numéro de contact direct et le mail..

Bonjour, je m'appelle Jean-François Jeanne Global pare-brise, j'aimerai parler à la personne qui gère votre parc automobile / les véhicules de la société ?

- Désolé je ne peux pas vous recevoir (covid)

Très bien je comprends, je peux vous expliquer l'offre par téléphone j'en ai pour 2mn ?

Être clair et concis car votre interlocuteur n'a pas le temps, ne jamais oublié que nous ne sommes pas une priorité pour vos activités.

A la fin de l'explication de la plaquette demander le mail et envoyer la plaquette.

---

- Désolé je n'ai pas le temps / non cela ne m'intéresse pas

D'accord, aucun problème, je peux vous envoyer la plaquette commerciale par mail ?

(cela a très peu de chance d'aboutir mais on aura une excuse pour rappeler)

---

- Barrière secrétaires :

Si la secrétaire demande "c'est pourquoi ? "

**Répondre :** je suis commercial chez Global pare-brise et j'ai une offre à lui proposer

en ce qui concerne les réparations et les changements de pare-brise.

Je peux avoir son nom et sa ligne direct svp ?

Demandez le mail et envoyer l'offre

Se présenter en direct à l'entreprise

# Mailing

Madame, Monsieur,

Je me permets de vous transmettre un résumé de notre offre commerciale "Global Pare-Brise" dédiée aux professionnels.

Spécialiste dans la réparation et le remplacement de vitrages sur tous types de véhicules, notre équipe professionnelle vous accompagne pour vos besoins en tant que prestataire et surtout vous apporter plusieurs avantages (intervention sur site, gestion des sinistres et impacts...).

Vous trouverez en pièce jointe un document reprenant les points importants de l'offre PRO soit :

1. Prise en charge de la franchise ou Prise en charge de la TVA ou Carte cadeaux illido de 150€ offerte (valable sur le Pare-Brise).
2. Intervention sur votre site sans supplément.
3. Gestion administrative: gestion de la déclaration du sinistre, pas d'avance de frais, service dédié au Pros.
4. Tarif et barème constructeur.
5. Récupération de la TVA si assujetti.

## **Vous trouverez ci-dessous nos avantages:**

- La pose sur vos sites sans supplément ou directement en centre.
- Pas d'avance de frais: Aucune avance, ni chèque de caution (ouverture de compte).
- Les démarches simplifiées: Nos collaborateurs se chargent de toutes les démarches administratives.

## **Les avantages pour vous, de faire confiance à Global Pare-Brise:**

- Une grande souplesse pour les interventions avec notre service mobile ou dans nos centres.
- Tous nos pare-brises sont certifiés à la norme européenne 43R: Le client retrouve son véhicule dans sa configuration d'origine et toutes ses options sont maintenues (capteurs de pluie, lumière, caméras, teinte, etc...)

Pour rappel, nous sommes joignables par téléphone (service dédié aux professionnels) au **09 71 05 15 61** ou par mail à  
**[call@globalparebrise.com](mailto:call@globalparebrise.com)**.

Je reste à votre disposition au **07 50 56 61 67** pour tout renseignement ou prise de rendez-vous.

Vous pouvez déjà m'envoyer les informations sur vos véhicules comme expliqué par téléphone afin que nous puissions créer un fichier à votre nom pour être plus réactif en cas de besoin.

Je vous remercie pour votre confiance et reste à votre disposition pour aborder les différents points de notre offre et de notre service dédié aux professionnels.

Bien cordialement,

Madame, Monsieur,

Suite à notre échange téléphonique, voici une présentation brève de notre service :

GLOBAL PARE-BRISE c'est :

- FRANCHISE OFFERTE ou TVA OFFERTE (jusqu'à 200€ ) CARTE CADEAUX de 150€ offert pour tout pare-brise changé
- Intervention sur CHANTIERS, DOMICILE ou sur le lieu de votre choix
- Un service à votre écoute et qui s'occupe de tout

Pour un tour de parc ou pour toute demande de rendez-vous contactez nous :

Soit sur ma ligne direct 07 50 56 61 67, soit en contactant le 09 71 05 15 61,

OU

Par mail, **jf.jeanne@globalparebrise.com** ou bien  
**call@globalparebrise.com**

Vous souhaitant une très bonne reprise,

Bien cordialement,

## **TRAME PROSPECTION PRO**

### **Objectifs de la prospection :**

- Rencontrer directement le bon interlocuteur
- Présenter l'offre, découverte du client et des besoins, faire un tour de parc
- Si il n'est pas présent ou pas disponible, obtenir les coordonnées
- Déposer une plaquette et carte de visite

### **Lors de la prospection :**

- Avoir une bonne tenue vestimentaire
- Avoir des plaquettes de présentation
- Avoir des flyers de CE
- Avoir ses cartes de visites
- Avoir des fiches de renseignements prospect
- Avoir des ouvertures de comptes
- Etre dynamique et souriant
- Prévoir des goodies (pour rdv effectué et bon contact)

Il faut toujours avoir à l'idée que vous n'êtes pas la priorité de votre prospect, il faut donc être clair et concis lors de la présentation.

Le but est de le rassurer sur le fait que l'on ne va pas lui prendre trop de temps.

Lors de la prospection :

Se présenter à l'accueil et demander le responsable des véhicules de la société

1er cas le responsable est présent :

- Se présenter clairement et présenter notre service qui est destiné aux pros
- Insister sur le fait que le suivi est personnalisé et qu'il y a un interlocuteur unique
- Faire une présentation de la société et des différents services :
  - o Présentation géographique
  - o Présentation des services en centre ou en mobile
  - o Présentation de la prestation du suivi de parc (collecte des carte grises, carte de verte, date des contrôles techniques)
  - o Délais d'interventions
    - Découvrir le client en s'aidant de la fiche contact
  - o Le but est de poser un maximum de questions pour connaître l'activité et les différents besoins de votre prospect
    - Présenter l'offre Global Pare-Brise en fonction de la découverte
  - o Si il est assuré bris de glace offre franchise ou TVA offerte
  - o Si il n'est pas assuré bris de glace proposer un devis en fonction de sa flotte, demander une ou plusieurs cartes grises afin d'effectuer un devis.
    - § Dans tous les cas vous pouvez proposer un devis avec la garantie du pare-brise même avec une grande flotte.
    - § Demander si il a un besoin actuellement afin de proposer un devis.

- Lorsque l'offre a été présentée, proposer de faire un tour de parc sur le moment ou de positionner une date quand tous les véhicules seront présents (en général le vendredi en fin de journée ou le samedi matin).
- Demander si il y a un CE et obtenir un contact.  
2ème cas : le responsable n'est pas présent.
- Demander les coordonnées du responsable (téléphone, mail...), et laisser une plaquette ainsi que votre carte pro.

# Trame Partenariat

Objectifs d'un partenariat :

- Obtenir des rendez-vous pour des bris de glace grâce à une autre activité (exemple : marchand de pneus, lavage auto, vendeur auto...)
- Apporter des contacts à votre partenaire

Le but est bien sûr de recevoir de votre partenaire un maximum de client pour des changements de pare-brise.

Cependant il ne faut pas oublier un retour pour votre partenaire.

Dans ce cas nous avons des contrats de partenariat de deux types afin de remercier votre partenaire :

- Vous pouvez lui proposer une carte cadeaux de 50€ pour tout remplacement de pare-brise.
- Vous pouvez également négocier avec votre futur partenaire selon son activité une offre (offrir pour 100€ de pneu, nettoyage offert...).

Il faut bien prendre en compte l'activité de votre interlocuteur, connaître son type de clientèle, le rythme des clients par jours... Tout cela se fait dans la découverte de votre contact.

Attention: il est important de prendre le temps de voir vos partenaires régulièrement, de les former et d'être présent pour répondre à toutes leurs questions. Planifier des temps avec votre partenaire.

# Prospection ASSURANCES

La visite des assurances s'effectue sans prise de rendez-vous au préalable par téléphone, il faut se présenter directement en agence.

Lors de la prospection des assureurs le but est de rencontrer le responsable des sinistres ou l'agent général et de lui présenter la plaquette.

Processus si le responsable des sinistres ou l'agent général est présent :

- Se présenter en donnant la plaquette et la carte de visite
- Présenter Global Pare-Brise
- o Présentation géographique
- o Présentation des services en centre ou en mobile
- o Présentation de la prestation du suivi de parc si clients pros (collecte des carte grises, carte de verte, date des contrôles techniques)
- o Délais d'interventions
  - Présenter la plaquette :
    - o Dans un premier temps mettre en avant les avantages pour les assurés :
      - § Pas de franchise à payer / carte cadeaux de 150€
      - § Pas d'avance de frais
      - § Démarches simplifiées
      - § La pose à domicile ou véhicule de courtoisie
      - § La qualité du pare-brise (norme européenne)

o Dans un second temps présenter les avantages pour l'assureur :

- § Pas de surfacturation (barèmes constructeur)
- § Des clients satisfaits
- § Gestion simplifiée pour les demandes de rendez-vous
- § Remerciement par une carte cadeau de 50€ pour chaque dossier et facturé