

SÉQUENCE POUR SON ÉQUIPE

Niveau ★ ★ ★



PROGRAMME
PRISE DE CONGÉS



TEMPS DE PRÉPARATION
2 MINUTES



OBJECTIF
PRÉPARER SES CLIENTS À L'ACHAT



DURÉE DE LA SÉQUENCE
20 MINUTES

PRÉPARATION :

Préparer un paper board, des post-it. Accrocher deux feuilles de paper board au mur et inscrire les deux titres suivants :

- A. Question d'engagement
- B. Votre objectif (en demandant l'avis à votre client)

CONSIGNE :

Pour commencer, demander aux membres de votre équipe quels sont les fondamentaux d'une bonne prise de congés, cela vous permettra dans un premier temps de tester leurs connaissances. Ensuite, notez les fondamentaux d'une bonne prise de congés sur le paper board.

1. Remercier le client pour le temps consacré aujourd'hui
2. Expliquer au client que maintenant nous avons toutes les informations pour pouvoir travailler sur son projet
3. Prise du RDV
 - Le plus tôt possible
 - Préciser le lieu du RDV
 - Expliquer qu'il faut avoir tous les décisionnaires
 - Préciser qu'il faut prévoir minimum 2h
4. Donner son objectif pour le prochain RDV

Une fois que vous avez listé les fondamentaux d'une bonne prise de congés, distribuer 2 post-it par participant. Chacun écrit au moins une façon d'annoncer son objectif avec la version A sur un post-it, et au moins une façon avec la version B sur le deuxième post-it.

Exemple avec une question d'engagement* :

- Si **lors du prochain RDV** je vous présente une cuisine qui répond à toutes vos attentes, est-ce que je pourrais vous compter parmi nos clients? (Lors de la restitution, s'assurer que leurs propositions sont bien **datées**)

Exemple où je donne mon objectif en demandant à mon client ce qu'il en pense :

- Mon objectif lors du prochain RDV, c'est de vous donner envie de devenir client chez nous et de bloquer les conditions **dès ... (jour du RDV)**, qu'en pensez-vous? (Objectif bien **daté**)

SYNTHESE :

Préparer le client à l'achat commence dès le premier RDV. Le client doit être préparé à l'avance de votre intention de lui demander d'acheter. Prenez un coup d'avance.

A cet instant, nous ne cherchons pas un « oui » car le client n'a rien vu venir, il ne s' imagine pas encore à quoi son projet peut ressembler ni combien il va coûter exactement. Votre objectif ici est de préparer votre client afin d'augmenter vos chances de vendre lors du prochain RDV.

* Question d'engagement : Question **fermée** avec une technique d'influence qui vise à créer chez le client les conditions psychologiques. (Si je... est-ce que toi tu?)

