

LE SCRIPT D'APPEL

Un script efficace est un script qui va à l'essentiel, qui permet de poser les bonnes questions et qui valide que le prospect a bien compris le message. Le manager construit un script pour chaque campagne sur le logiciel de phoning, qui s'affichera automatiquement sur l'écran des télévendeurs lors des appels. Les scripts dynamiques s'adaptent en temps réel en fonction de la réponse du client. Le script peut se baser sur la méthode des 4C :

Étape 1 : Contacter		
Introduction	Mentionner son nom (qui peut être un nom d'emprunt), sa fonction et le nom de l'entreprise pour laquelle l'appel est réalisé Expliquez le motif de l'appel	« Bonjour, je suis X, responsable commercial pour la société ... Je vous appelle de la part de » / « Mon directeur, monsieur ..., m'a recommandé de vous contacter personnellement. » / « Je fais suite au courrier e-mail/ fax que je vous ai adressé le... »
Autorisation	S'assurer que le client est disponible	« Êtes-vous disponible ou préférez-vous que je vous rappelle à un autre moment ? »
Présentation	Présenter l'activité de l'entreprise, ses produits/services en précisant l'intérêt pour le client	« Ma société apporte des solutions pour ... Elle pourrait vous permettre de... »
Accroche	Donner une information pour capter l'attention de l'interlocuteur (avantage produit...)	« Nous proposons... » / « Cela devrait vous intéresser, vous être utile... »
Étape 2 : Connaître (à développer essentiellement en cas de vente à distance)		
Découverte des besoins	Il s'agit de la phase de découverte des besoins qui permet d'anticiper les futures objections.	Poser des questions ouvertes sur les besoins : « Pouvez-vous me dire ... », puis alternatives « Vous préférez plutôt ... ou ... », puis fermées « Vous voulez ... »
Étape 3 : Convaincre		
En cas de vente à distance	Argumenter et présenter les bénéfices ; on pourra utiliser la méthode CAP pour argumenter : présenter les caractéristiques et avantages de la proposition en apportant par exemple un témoignage fort ou une preuve.	Caractéristiques : <ul style="list-style-type: none">• Entreprise : « Elle existe depuis X années... »• Techniques : produit innovant, haut de gamme, résistant...• Commerciales : SAV sous 48 h, conditions de paiement favorables...
		Avantages : <ul style="list-style-type: none">• Grande notoriété : « C'est pour vous la certitude d'un savoir-faire... »• Nouveau : « Donc, pour vous démarquer de... »• Rapidité d'intervention : « Vous avez ainsi l'assurance de ne pas subir de gêne. »
		Preuve : <ul style="list-style-type: none">• Catalogue : référence à consulter sur Internet• Démonstration, témoignage : « La société X a rencontré les mêmes difficultés. Nous avons mis en place ... Elle a gagné... »• Contrat de garantie
En cas de prise de RDV	Chercher à coopérer avec l'interlocuteur et convenir de la date du rendez-vous	« C'est la raison pour laquelle je vous propose de nous rencontrer afin de vous expliquer comment la société ... / Quel jour vous convient le mieux. / Plutôt en début ou en fin de matinée ? » En cas de refus : « Je comprends votre point de vue. Me permettez-vous de vous tenir informé(e) de nos développements ? »
Étape 4 : Conclure		
Conclusion	Confirmer la vente	« Je vous confirme votre commande de... qui sera livrée le ... à... » Rappel du montant et du contexte juridique à respecter
	Confirmez le RDV	« Je vous confirme notre visite le... à... »
Prise de congé	Remercier et saluer l'interlocuteur	« J'ai été très content(e) de vous entendre. / Encore merci pour votre écoute/ Au revoir M./Mme... Je vous souhaite une bonne journée. »