

*Allez, ça
c'est cadeau !*



3 prétextes pour prendre RV

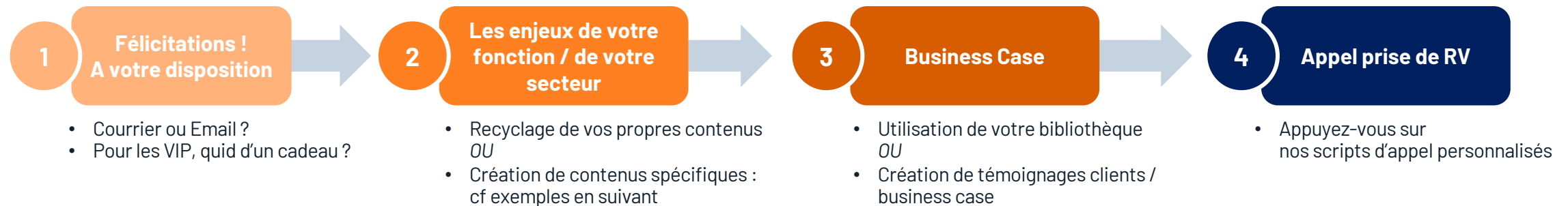
avec le détail pratique

*Prétex*te n°1

Félicitez les nominations

Ca paraît logique mais on le fait rarement ou très mal. Pourquoi ?

- On ne l'a jamais fait : écrire un message de félicitations, ça ne s'improvise pas et je n'ai pas de modèle à ma disposition...
- Pris par le quotidien et mes habitudes, j'oublie ou je remets à plus tard
- OK, j'envoie des félicitations. Et après, je fais quoi ?



Pour obtenir un RV avec ce nouveau décideur, il ne suffit pas de le féliciter...

- Mettez-vous à sa place : il vient d'arriver ! Pas prêt donc à vous recevoir. Laissez-lui le temps de « prendre son poste »
- En moyenne, les décideurs commencent à étudier leurs 1eres décisions entre le 3^e et le 4^e mois suivant leur nomination
- Il s'agit donc, dans l'ordre :
 1. De féliciter la personne nommée : ça fait toujours plaisir (si le message est bien fait !)
 2. De l'accompagner durant sa période de prise de poste, en lui offrant des contenus utiles sur cette période de découverte et de 1eres réflexions : des études sur les enjeux de son secteur d'activité, de ses fonctions, des études de cas, des témoignages, des interviews...
 3. In fine, selon le comportement de la personne à vos messages, vient l'appel - maintenant devenu pertinent - pour proposer un RV :-)

Pourquoi est-il important de créer un lien avec les nouveaux décideurs ?

C'est un risque chez vos clients

- Parce qu'un décideur nommé amène ses anciens fournisseurs avec lui : la tentation est grande de vous remplacer par le concurrent par qui il passait dans son ancien job

C'est une opportunité de new biz ou de développement client

- Parce qu'une nomination répond à un objectif de changement : le nouveau venu va apporter sa touche personnelle, diriger un nouveau projet, voire carrément transformer son service et l'entreprise

C'est 3 opportunités en 1

1. Ce décideur vient d'arriver : voir les deux points précédents
2. Son prédécesseur, il est parti où ?
3. Et lui, il a été remplacé par qui ?

C'est bien vu !



**Activez votre programme
de félicitations des nouveaux décideurs**



*Prétex*te n°2

Exploitez chaque événement
à fond !

Exploitez l'événement AVANT ET APRES

Que ce soit un webinar, une conférence ou table-ronde, un salon... chaque événement est l'occasion de prendre RV.

AVANT :

- Invitez vos cibles à l'événement MAIS n'oubliez pas de lui proposer aussi un RV pour prolonger l'échange au-delà de cet événement
- Pas disponible ? Raison de plus pour se rencontrer ;-)

ET APRES :

- Demandez à votre marketing de faire une synthèse en 1 page des points-clés ou des moments forts de l'événement
- Le lendemain de l'événement, diffusez cette synthèse à l'ensemble de vos cibles :
 - Pour les présents : « Voici ce que nous avons retenu, et vous ? »
 - Pour les autres : « Vous n'avez pas pu assister à cet événement ? Voici ce qu'il faut retenir »
- Rappelez en priorité ceux qui téléchargeront ou qui cliqueront sur le lien de la synthèse : apparemment, le sujet les intéresse ;-)

Yessss !
Un max de RV et
des events enfin
rentables !



*Prétex*te n°3

La référence interne
passive

La référence interne *passive*

Pour conditionner son interlocuteur à accepter votre appel et plus encore à accepter un RV, citer le nom de ses collègues est un moyen très efficace. Exemple (attention, chaque mot compte !):

*“ Bonjour M. Durand, je suis Julien Vente, de la direction commerciale de TRUC SA.
Je vous contacte à propos de mon appel à Mme Bosse, votre Directrice Financière.*

C'est à quel sujet ?

*J'ai contacté Mme Bosse à propos de la façon de redresser vos marges par la formation de vos encadrants techniques.
J'ai pensé que compte tenu de vos fonctions, vous seriez également intéressé par cet échange. Quand pourrions-nous nous rencontrer ?*

Mais vous avez déjà un RV avec Mme Bosse ?

Compte tenu de son agenda, j'ai préféré d'abord programmer un RV avec vous avant de lui suggérer des dates. Le 22 vous irait-il ?”

Une fois le RV avec M. Durand posé, on dispose d'un bon prétexte pour en obtenir un autre avec Mme Bosse :
Je rencontre M. Durand le 22.
Pouvons-nous en profiter pour nous voir dans la foulée ?



ATTENTION, le RV n'est pas forcément gagné !
M. Durand peut encore piocher dans les 9 objections-type à une proposition de RV.
Heureusement, B2BAD a la réponse à chaque fois 😊

*Prendre RV
avec un décideur*

Formez vos commerciaux

(ré)Apprendre à prendre RV

B2BAD propose une méthode qui s'appuie sur des années d'expérience et de coaching de commerciaux sur des cibles de décideurs en BtoB.

Une méthode éprouvée

9 prétextes d'appel
9 objections-type
9 réponses

Des supports personnalisés

Pas d'impro pour prendre RV !
B2BAD fournit des scripts personnalisés pour chaque scénario d'appel

La formation ne marche pas, alors on coache !

C'est la petite roue du vélo : pour être sûr que les méthodes sont bien adoptées et que ça marche, on accompagne vos commerciaux dans la préparation et l'exécution de leurs premières sessions de prise de RV

**" La meilleure formation
durant ma carrière
de commercial et de manager "**

Un manager de CREDITSAFE France

Booster la prise de RV chez CREDITSAFE

Après plusieurs années de forte croissance sur le marché des petites entreprises, notre stratégie s'oriente vers le développement des PME/ETI et des Grands Comptes. Nous avons besoin de renouveler les techniques de nos commerciaux pour accélérer les prises de RV avec les décideurs de ces entreprises.

B2BAD a formé nos managers et commerciaux, avec des supports personnalisés pour une adoption rapide et un coaching pour accompagner la mise en pratique de ces techniques.

En quelques semaines, les agendas se sont remplis et les 1ères ventes étaient signées !



Damien BARTHELEMY
Directeur Général
CREDITSAFE



Bases de données, CRM, outils Marketing, création de contenus, génération et transformation de leads, prise de RDV avec des décideurs, processus de vente et méthodes de closing...

Difficile de réunir tous les ingrédients et d'aligner les équipes sur un process centré, pour de vrai, sur le Client !

Adossé à un réseau de prestataires et de consultants experts en données B2B et en performances commerciales et marketing, l'agence B2BAD améliore chaque étape de votre funnel avec des dispositifs complets et clés-en-mains : du ciblage jusqu'au lead, du lead jusqu'au RV et au closing !

Contact Stephane PY
Président Fondateur

Email stephane@b2bad.fr

Site web B2BAD.fr

Téléphone 06 76 34 98 95