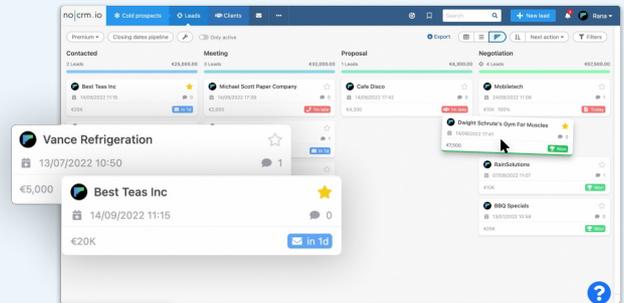


Guide d'entretien téléphonique (par Victor Cabrera)

no|crm.io

Essayez le CRM n°1 pour les appels à froid et les équipes de prospection

- ✓ Un CRM facile à utiliser, pensé pour les commerciaux.
- ✓ Un CRM optimisé pour la prospection et les appels à froid
- ✓ Personnalisez votre script d'appel et utilisez-le directement depuis noCRM



Essai gratuit

En savoir plus

Personnalisez gratuitement ce script pour l'adapter à vos besoins.

[Cliquez ici pour modifier, supprimer ou ajouter des blocs à votre script.](#)

Guide d'entretien téléphonique (par Victor Cabrera)

Spécialisé dans l'accompagnement des entrepreneurs et professionnels de la vente, Victor Cabrera est le fondateur de [Technique de Vente](#), une plateforme dédiée à la formation et au coaching commercial. Élu Best Sales Training CEO de 2022 à 2024, il a formé plus de 62 000 personnes. Sur son blog, il propose des ressources variées pour améliorer vos performances commerciales, de la prospection à la fidélisation des clients.

Il vous partage ici son argumentaire téléphonique pour vous aider à prospecter par téléphone avec succès et décrocher plus de rendez-vous.

Vérification de l'identité du prospect

“Bonjour Monsieur/ Madame, Victor Cabrera de TDV Edition pour (Prénom + Nom de la cible) ?” — Sélectionnez une réponse

“C’est à quel sujet ?” → “C’est à propos de mon dernier email concernant (sujet spécifique). Pouvez-

vous me le passer ? Merci" ☐ "Il est occupe/ absent." → "A quel moment me conseillez-vous de rappeler M/Mme (Nom) pour être sur de le/la joindre ?" ☐ "Oui, je vous écoute" ou "Oui je vous le passe" → passez à la suite du script

Justification de l'appel (elevator pitch commercial)

Présentez votre offre et votre entreprise de façon concise, directe et captivante, mettant en avant les avantages exclusifs que vous offrez.

Posez-vous ces questions pour orienter votre message :

- Quels bénéfices tangibles le client obtiendra-t-il en acceptant votre proposition ?
- Est-ce un gain de temps, d'argent ou de productivité ?
- Une opportunité de surpasser ses concurrents ?
- Une offre exclusive ?
- Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ? Pourquoi ?

Modèle de structure :

(LA CIBLE) fait appel à moi pour (BÉNÉFICE) sans (CONTRAINTES HABITUELLES) grâce à (MÉCANISME UNIQUE). Et vous, comment faites-vous actuellement pour (ATEINDRE OBJECTIF / RÉGLER PROBLÈME) ?

- **Exemple :** *Les entrepreneurs font appel à moi pour vendre plus + vite et + souvent sans courir après les clients grâce à la Méthode Efficacité Vente. Et vous, comment faites-vous actuellement pour garantir votre développement commercial ?*

Traitement des objections

- **"Je n'ai pas le temps de vous recevoir"**
 - *Très bien je l'entends. Qu'est-ce qui ferait que ce sujet devienne prioritaire pour vous ?*
- **"Ce n'est pas moi qui m'en occupe"**
 - *Ok. Avec qui dois-je entrer en contact dans ce cas ?*
- **"Nos budgets sont épuisés"**
 - *Je comprends. Et qu'est-ce qui ferait que ce sujet devienne prioritaire sur d'autres postes à l'avenir ?*
- **"J'ai déjà un fournisseur qui me satisfait pleinement"**
 - *J'imagine ! Mais si un jour il venait à vous faire défaut, quel est votre plan B ?*
- **"Envoyez-moi plutôt votre documentation par mail ou courrier"**
 - *C'est justement l'objet de mon appel. Qu'avez-vous pensé de (documentation envoyée préalablement) ?*
- **"Je vais y réfléchir, je vous rappelle si besoin"**
 - *Comment je ne souhaite pas vous importuner avec des relances... quelle est la probabilité que l'on travaille ensemble ?*
- **"C'est la crise, nous avons d'autres priorités..."**
 - *Bien sûr ! Et donc comment faites-vous actuellement pour gérer (sujet problématique / actualité du client) ?*

Questions de qualification et de découverte

QUOI — QU'avez-vous mis en place pour (atteindre l'objectif / régler ce problème habituel) ?

QUAND — Depuis QUAND rencontrez-vous (ce problème / ces difficultés / ce challenge) ?

OÙ — OÙ en êtes-vous actuellement de (vos objectifs / vos recherches / la résolution de ce problème) ?

QUI — QUI est partie prenante dans (ce projet / votre circuit de décision) ?

COMBIEN — COMBIEN avez-vous déjà investi pour (atteindre cet objectif / tenter de régler le problème) ?

COMMENT — COMMENT avez-vous prévu d'utiliser ce (produit / service) exactement ?

POURQUOI — POURQUOI est-ce important pour vous (d'atteindre cet objectif / régler ce problème) ?

Objectif de votre mini-découverte

- Identifier une ou plusieurs brèches commerciales à exploiter (besoins / motivations fortes)
- Récupérer des infos stratégiques et des phrases client à réexploiter par la suite
- Préparer le terrain à une argumentation commerciale sur mesure et percutante
- Démontrer votre valeur ajoutée par la qualité de votre questionnement (et sortir du lot)
- Donner envie à votre interlocuteur d'en savoir plus sur vos produits / services / solutions

Tentative de prise de rendez-vous (closing R1)

"Quel est le meilleur moment pour vérifier que je peux vous aider à (atteindre objectif chiffré / régler problème spécifique) ?"

"Que diriez-vous d'une démo pour pouvoir comparer avec votre solution actuelle ?"

"Est-ce que vous êtes disponible mardi 10h ou bien jeudi 14h pour approfondir ces points en détails ?"

Informations pour le prochain rendez-vous (R2)

Date

Email

Téléphone

Lieu

Participant(s)

Objectif du rdv

Éléments à préparer