



Pratiques exemplaires de la gestion des objections ou des hésitations

- ◆ Ne paniquez pas. Restez calme. Soyez prêt. Pratiquez et préparez les meilleures réponses aux questions les plus fréquentes concernant le SDC et ses services.
- ◆ Posez des questions qui démontrent à quel point vous comprenez les enjeux de votre client potentiel. Ne faites aucune déclaration, surtout pas de déclarations défensives.
- ◆ Lorsque le contact a raison, admettez-le. Par exemple, « *Vous avez raison, Monsieur Villeneuve, le Canada impose des restrictions de commerce avec certains pays....* »
- ◆ Dites que vous comprenez le point de vue, même si vous n'êtes pas forcément d'accord avec. Exemple : « *M. Villeneuve, je peux comprendre vos hésitations à faire affaire avec un nouveau fournisseur canadien. Y a-t-il de l'information que je peux vous fournir pour atténuer vos inquiétudes?* »
- ◆ Essayez de formuler vos phrases de façon légèrement plus négatives que votre client potentiel. Exemple: « *Je crois comprendre que les restrictions commerciales constituent le seul facteur décisif?* ». Se montrer négatif peut contribuer à faire en sorte que votre contact redevienne positif.
- ◆ Tant que vous ne comprenez pas le point de vue d'un client potentiel, posez des questions.
- ◆ Demandez à votre contact comment, d'après lui, l'affaire pourrait progresser.

3.10 Fixer un rendez-vous

Vient maintenant la partie intéressante : demandez à passer à une autre étape, et obtenez-le en disant quelque chose comme ceci

- ◆ « *Mme Lavoie, cela ne vaut-il pas la peine de poursuivre cette discussion?* »
- ◆ « *Madame Lavoie, s'il est important pour vous de résoudre ce problème, seriez-vous intéressée à ce que nous fixions un rendez-vous, disons de 30 minutes la semaine prochaine, afin d'en discuter plus en détail?* »
- ◆ « *Madame Lavoie, y a-t-il quelqu'un d'autre de votre organisation qui serait intéressé? Comment pourrions-nous l'associer à la discussion? Seriez-vous intéressée à ce que nous nous rencontrions pour en discuter plus en détail?* »

Dès que vous avez obtenu de passer à la prochaine étape, votre appel de prospection prend fin. Tout le processus dure moins de quinze minutes. Cependant, vous devez vous attendre à l'occasion à ce que le contact tienne tellement à parler d'occasions d'affaires que votre appel dure encore 20 à 30 minutes. Aussi, assurez-vous d'avoir le temps de mener à bien cette conversation, et plus encore si le contact le souhaite. Par exemple, ne commencez pas un appel quinze minutes avant une réunion importante.