



Une fois encore, il est essentiel que vous rappeliez exactement au moment indiqué. Autrement, vous donneriez l'impression de ne pas être honnête et risqueriez de perdre la confiance de votre contact local.

3. La dernière tentative—Exemple: « *Bonjour, Monsieur X, Jean Tremblay de l'ambassade du Canada. J'apporte un suivi à mes précédents messages. Il est malheureux que nous ne soyons parvenus à nous joindre. J'apprécierais grandement si vous aviez l'obligeance de m'informer de l'heure ou la manière dont je pourrais vous parler. J'ai promis à Robert Gagnon de (entreprise locale) d'entrer en contact avec vous et de lui donner des nouvelles de la conversation.* »

*Note: en fonction de votre auditoire, vous pouvez utiliser le Service des délégués commerciaux ou le Gouvernement du Canada au lieu de l'ambassade du Canada.

3.9 Comment gérer les objections

Les hésitations, objections et questions concernant le SDC ne peuvent être le fait que de vrais décideurs. Elles constituent des réactions naturelles de la part de tout acheteur sérieux sur le point de s'engager dans un investissement important.

En dépit du fait que l'hésitation fait partie du processus de prise de décision d'un haut dirigeant, la plupart des gens ne comprennent pas pourquoi cela se produit et réagissent mal. Afin d'éviter ceci, essayez de diminuer la possibilité qu'il y ait des hésitations. Soyez le premier à soulever des questions ou des objections... surtout celles que vous rencontrez souvent. Par exemple, si vous savez que la situation géographique du Canada constitue un problème pour les entreprises de votre marché local, vous devriez suggérer ce qui suit à votre client potentiel :

« Je suis reconnaissant de l'information que vous m'avez fournie concernant votre projet. Selon ce que vous m'avez dit, je crois que nous pouvons trouver des entreprises canadiennes qui pourraient vous aider. Cependant, je tiens à vous dire d'entrée de jeu que de nombreuses personnes sur ce marché ont dit craindre de faire des affaires avec le Canada qui est situé en Amérique du Nord, et préférer traiter avec un pays plus proche. Permettez-moi de vous expliquer comment nous pourrions répondre à vos préoccupations... »

Si vous ignorez les objections, vous risquez d'en venir à une communication agressive et non consultative, au cours de laquelle vous pourriez cesser de poser des questions ou être sur la défensive. N'oubliez pas que les hésitations de votre client potentiel ne sont qu'un mécanisme de défense contre la possibilité de prendre la mauvaise décision. Votre travail consiste à l'aider à découvrir qu'engager un dialogue avec vous est la bonne décision.