

Les façons de prendre contact

La première impression est la plus importante.

Les prises de contact représentent un réel enjeu dans la prospection et doivent être bien travaillées. Qu'elles soient réalisées par mail, téléphone, message sur les réseaux sociaux ou physiquement, ces prises de contact représentent la première interaction entre des prospects et l'entreprise. Cette prise de contact doit donc représenter correctement l'entreprise afin de laisser au prospect une impression positive. En effet, une impression positive aura plus de chances d'intriguer le prospect et lui donner envie d'en savoir plus sur les solutions proposées par l'entreprise. Chaque entreprise travaille cette façon de prospecter et l'adapte à sa façon en fonction des objectifs de la prospection, de la cible visée, du tunnel de conversion imaginé, des canaux utilisés, etc. De façon globale, les étapes d'une prise de contact semblent naturelles et reprennent les codes sociaux connus. Une prise de contact dans le cadre d'une prospection ressemble ainsi à un premier contact entre deux individus cherchant à se connaître.

Par exemple :

- Présentation personnelle.
- S'intéresser à l'autre en lui montrant que nous avons des informations sur lui et en lui posant une question liée à la solution qu'on veut lui proposer ensuite.
- Présentation de la solution et de l'entreprise. Si le contact semble réceptif, on le laisse s'exprimer pour comprendre clairement son besoin et adapter la suite de son argumentaire.
- Présentation d'une solution personnalisée.
- Proposition d'un rendez-vous plus détaillé.

Ici, nous ne pressons pas le contact, nous lui démontrons que nous avons bien ciblé sa problématique et que nous savons y répondre.

Le fait de lui proposer de voir tout le détail dans un second temps en récapitulant bien son besoin permet de ne pas le presser et donc d'instaurer un climat de confiance.