



« Comment acquérir et développer un portefeuille client (B to C) ! »

Olivier SANCE (PME 1989)

Lundi 4 octobre 2010



SOMMAIRE

- PRESENTATION 3
- PREAMBULE 4
- LE 1^{er} RDV 6-7
- LE 2nd RDV 8

PRESENTATION SYNERG'I

L'Equipe:

2 associés

4 salariés

1 mandataire

Expertise:

✓ Produits de
défiscalisation :

✓ Capitaliser sa fiscalité dans
l'immobilier

- Lois Scellier
- Malraux
- Bouvard
- Demessine

Les Chiffres:

Ventes = 100 - 140 / an

CA = 1.400.000 €

Zoom Métier

✓ Déroulement d'un schéma de vente
(dit de l' « entonnoir ») aux
particuliers en 2 RDV

✓ Il s'agit d'une vente « debout », c'est-
à-dire que l'on va chercher le client et
que l'on va susciter l'intérêt.

PREAMBULE

A. LES SOURCES DE CONTACTS

- Relationnel
- Recommandations
- Partenariat (banquiers, experts-comptables, assureurs, avocats...)
- Achat de contacts ou RDV (suivant les critères suivants : âge / revenu ou fiscalité / endettement)
- Prospection personnel
- Publicité (papier/ internet)
- Mailing
- E-mailing...

B. QUELQUES PRINCIPES « FONDAMENTAUX » DE VENTE À MÉDITER

- Préparation = **90% de la réussite**
- Confiance et crédibilité
- Recherche de **sécurité**
- Devancer les objections potentielles
- Orienter le prospect où l'on souhaite en lui faisant croire que **c'est lui qui choisi !**
- « **Miner** » le terrain pour les conseillers suivants
- On achète ce que l'on a bien compris
- Une **vente doit être rapide** (pour éviter les « parasites ») mais surtout bien construite pour éviter de perdre du temps.
- Si on est reconnu comme vendeur, on ne vend pas, si on ne l'est pas suffisamment, on ne vend pas non plus
- Les **mots à éviter**

LE 1ER RDV (R1)

1 - Présentation de la société et du conseiller.

2 - Découverte client et validation de chaque point

:

- ✓ Etat civil et coordonnées des prospects
- ✓ Âge
- ✓ Nombre de parts (évolution) fiscalité (IRPP et RF)
- ✓ Endettement
- ✓ Effort d'épargne mensuel
- ✓ Fin des crédits, motivations

3 - Présentation succincte de toutes les lois fiscales liées à la défiscalisation

- ✓ Passer en revue toutes les lois fiscales
- ✓ Expliquer (en fonction de la découverte client) point par point pourquoi cette loi peut ou pas l'intéresser (et faire valider)

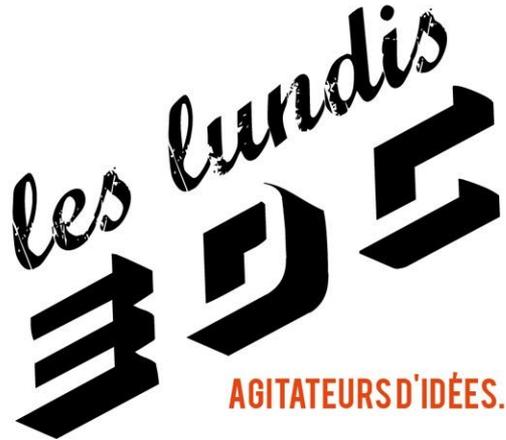
LE 1ER RDV (R1)

- 4 - Explication plus approfondie et validation de la loi retenue : « Savoir rester simple pour que le client comprenne mais également très pointu si besoin. »
- 5 - Inventaire des supports ou des secteurs d'activité (ex dans le cadre du meublé) :
- ✓ Compléter la découverte client sur les **critères de sélection du bien.**
 - ✓ **Aller dans son sens** pour ne pas le frustrer
 - ✓ Expliquer **pourquoi** nous avons sélectionné tel ou tel produit
 - ✓ Chercher derrière chaque mot **ce que veut dire le prospect** (ex : de l'achat de proximité)
 - ✓ Faire un **récapitulatif du RDV** et revalidation des critères

LE 2nd RDV (R2)

- 1 - **Revalidé la découverte** faite en R1 (ça peut évidemment évoluer !)
- 2 - **Répondre aux questions** avant d'aller plus loin.
- 3 - Créer l'**opportunité** sur un support en fonction de la découverte client (rendre le produit unique, si le produit est unique, il est clair qu'on ne pourra pas le garder longtemps donc on avance vers le closing)
- 4 - Les **simulations financières** pour crédibiliser la proposition.
- 5 - **Le Closing** : Normalement, tout est validé (M. et MME), on a sélectionné 1 ou 2 solutions (Alternative). Rendre un produit unique entraîne l'urgence de la décision !

NB : Le prospect ne doit pas avoir le sentiment que c'est le conseiller qui lui met la pression ! On va se servir des propres souhaits du client pour les réutiliser dans l'argumentaire final.



Merci et à très bientôt !

RDV lundi 8 novembre prochain...

DELEGUEE GENERALE - FORCE EDC:

Claude BOISMORAND

Mail: claude.boismorand@edcparis.edu

ANIMATEUR – LUNDIS EDC:

Eric HUERTAS (MI 2008)

Mail: eric.huertas@pumpup.fr

INTERVENANT:

Olivier SANCE (PME 1989)

Port : 06 16 48 51 72

Mail : olivier.sance@synerg-i.com