

Chapitre 11

Prospecter et organiser des rencontres

Référentiel

| Activité/Tâche | Résultats attendus |
|--|---|
| Animation, vente et conseil à domicile | Développement des ventes et des contacts réseau |

| Compétence | Critères de performance |
|---|--|
| Prospecter, organiser des rencontres et vendre en réunion | Développement du fichier des conseillers Professionnalisme et efficacité commerciale lors des ventes en réunion |

| Savoirs associés |
|--|
| Savoirs technologiques/web <ul style="list-style-type: none"> • Veille commerciale, veille digitale • Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, suivi d'activité, planification, etc.) • Applications et logiciels commerciaux et de relation réseau (PGI, CRM, progiciels réseaux) • Database de données réseau Savoirs rédactionnels <ul style="list-style-type: none"> • Règles générales de communication écrite |

Vos objectifs (p. 192)

I. Identifier les cibles

1. En fonction de la gamme de produits de ConnectIT, identifiez la cible des consommateurs potentiels de l'entreprise.

La demande potentielle de l'entreprise est très large. En effet, les consommateurs potentiels de l'entreprise comprennent les ultra connectés, les apprentis connectés et les réfractaires.

Les ultra connectés sont une cible commercialement acquise. Principalement représentés au sein des classes actives CSP+, ils sont à l'affût des innovations technologiques et sensibles aux arguments liés à l'innovation et à l'utilité des produits.

Les apprentis connectés sont une cible attentiste qui réclame un argumentaire commercial solide basé sur la démonstration des produits et une réponse aux objections pertinentes.

Les réfractaires restent une cible à conquérir. Si cette cible peut être craintive ou « anti-gadgets », elle représente malgré tout une cible stratégique. Ces consommateurs potentiels sont particulièrement représentés au sein de la population des retraités CSP+ et des femmes inactives ou seniors. Pour autant, certains produits correspondent à leurs attentes spécifiques.

| Familles de produits | Cibles |
|----------------------|---|
| Forme et santé | <ul style="list-style-type: none"> - ultra connectés passionnels et fonctionnels/apprentis connectés précoces et suiveurs : trackers d'activité, balance intelligente, poids et nutrition - réfractaires anti-gadgets et craintifs : tensiomètres, facilitateurs de sommeil, assistance à personnes âgées, mesure du diabète, piluliers connectés |

| Familles de produits | Cibles |
|----------------------------|--|
| Sport | ultra connectés et apprentis connectés pratiquant une activité sportive |
| Sécurité et domotique | toutes cibles, particulièrement les consommateurs propriétaires d'un logement |
| Famille | <ul style="list-style-type: none"> - ultra connectés passionnels/apprentis connectés suiveurs : drones, son et vidéo, jeux - ultra connectés fonctionnels/apprentis connectés précoces : cuisine, puériculture, jeux - réfractaires : jeux, cuisine |
| Smartphones et accessoires | - toutes cibles en fonction des smartphones |

2. Élaborez les critères de ciblage détaillés de vos consommateurs potentiels.

| Familles de produits | Cibles | Critères de ciblage |
|-----------------------|---|--|
| Forme et santé | <ul style="list-style-type: none"> - ultra connectés passionnels et fonctionnels/apprentis connectés précoces et suiveurs - réfractaires anti-gadgets et craintifs | <ul style="list-style-type: none"> - hommes et femmes actifs CSP+, de moins de 35 ans, étudiant(e)s, enfants - femmes + de 50 ans et retraités CSP+, professions intermédiaires - retraités CSP+ sensibles à leur santé |
| Sport | - ultra connectés et apprentis connectés pratiquant une activité sportive | |
| Sécurité et domotique | - toutes cibles, particulièrement les consommateurs propriétaires d'un logement | <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires de logements - cible se sentant en insécurité dans son logement (critère géographique à prendre en compte) |
| Famille | <ul style="list-style-type: none"> - ultra connectés passionnels/apprentis connectés suiveurs : drones, son et vidéos, jeux - ultra connectés fonctionnels/apprentis connectés précoces : cuisine, puériculture, jeux - réfractaires : jeux, cuisine | <ul style="list-style-type: none"> - hommes actifs CSP+, de moins de 35 ans, étudiants, enfants - femmes actives CSP+, de moins de 35 ans, étudiant(e)s - femmes de plus de 50 ans, retraités CSP+, professions intermédiaires, familles nombreuses |

3. Quels autres types de cibles peuvent être identifiés pour développer vos ventes ?

Les autres types de cibles sont :

- les prescripteurs : les coachs sportifs, les salles de sport, les médecins, les gynécologues, les assurances, les entreprises d'alarmes, les cités universitaires, les écoles d'enseignement supérieur, les associations d'aide aux personnes âgées ;
- les acheteurs non-consommateurs : les grands-parents, les parents, les amis et les conjoints ;
- les distributeurs : recruter de nouveaux vendeurs permettra de développer les ventes.

4. Repérez les différentes sources de contacts à votre disposition.

Au démarrage d'une activité de vente à domicile, le vendeur dispose essentiellement de deux sources de contacts :

- le réseau relationnel : famille, amis, voisins, collègues... qui ont également tous des contacts potentiellement intéressés ;
- le fichier interne de l'entreprise (alimenté ici notamment *via* le site de e-commerce et les ateliers de démonstration dans les commerces spécialisés...). Le manager pourra vous le fournir.

5. À partir de votre réseau et avec l'outil de votre choix, construisez votre fichier de contacts.

| Nom | Prénom | H. /F. | Âge | Adresse | CP | Ville | e-mail | Téléphone | (...) |
|-----------|-----------|--------|-----|-----------------------|-------|--------------|---------------------------|------------|-------|
| ADELMAN | David | H. | 21 | 21 rue Fleury | 69600 | Oullins | David031@sfr.fr | 0478213689 | |
| AMARI | Salim | H. | 22 | 5 rue J. Revel | 69004 | Lyon | Salim0612@hotmail.fr | 0925476312 | |
| BERNARD | André | H. | 75 | 26 rue E. Aymard | 69100 | Villeurbanne | | 0945612312 | |
| DIB | Farida | F. | 23 | 32 av. A. Thomas | 69190 | Saint-Fons | Farida.dib@laposte.net | 0478963175 | |
| GASTIN | Florent | H. | 24 | 28 rue Lamartine | 63003 | Lyon | Florent1269@gmail.com | 0472567913 | |
| LAURENT | Olivier | H. | 23 | 36 rue P. Chevrier | 69007 | Lyon | Olivier.laurent@orange.fr | 0964512354 | |
| LAVILLE | Catherine | F. | 55 | 12 rue Richan | 69004 | Lyon | Catherine.laville@free.fr | 0426598723 | |
| PERRIN | Noémie | F. | 52 | 58 rue Duquesne | 69006 | Lyon | Noemie0269@gmail.com | 0472256903 | |
| PERRIN | Zoé | F. | 25 | 11 rue Jacquart | 69004 | Lyon | Zoe1803@gmail.com | 0472639815 | |
| SIBAN | Eve | F. | 71 | 19 rue Bonnard | 69003 | Lyon | Eve.siban@orange.fr | 0472568219 | |
| TERMANI | Andrea | H. | 22 | 15 rue de l'Abondance | 69003 | Lyon | andreatermani@hotmail.fr | 0478256412 | |
| TERMANI | Inès | F. | 26 | 7 rue Baraban | 69007 | Lyon | Ines.adreani@sfr.fr | 0478561239 | |
| TERMANI | Mario | H. | 76 | 2 rue d'Enghien | 69002 | Lyon | | 0472568597 | |
| TOUSSAINT | Hugo | H. | 51 | 22 rue du Bocage | 69008 | Lyon | hugotoussaint@wanadoo.fr | 0472568597 | |

| Nom | Prénom | (...) | Enfants | CSP | Particularités / Centres d'intérêt | Source du contact |
|-----------|-----------|-------|--------------------------------|----------------|------------------------------------|------------------------|
| ADELMAN | David | | Non | Étudiant | Partenaire de tennis | Relation occasionnelle |
| AMARI | Salim | | Non | Étudiant | Sportif | Ami |
| BERNARD | André | | | Retraité | | Famille (grand-père) |
| DIB | Farida | | Non | Étudiante | Sportive et moderne | Amie |
| GASTIN | Florent | | Non | Commercial | Sportif, pratique les jeux vidéo | Ami |
| LAURENT | Olivier | | Non | Commercial | Pratique les jeux vidéo | Ami |
| LAVILLE | Catherine | | 2 petits-enfants de 2 et 5 ans | Retraîtée | | Amie de la famille |
| PERRIN | Noémie | | 4 enfants de 14 à 22 ans | CSP+ | | Famille (tante) |
| PERRIN | Zoé | | 1 enfant de 7 mois | | Manque de temps | Famille (cousine) |
| SIBAN | Eve | | | Retraîtée | | Amie de la famille |
| TERMANI | Andrea | | | Étudiant | Passionné d'informatique | Ami |
| TERMANI | Inès | | 2 enfants de 1 et 3 ans | Femme au foyer | | Sœur d'un ami |
| TERMANI | Mario | | | Retraité | | Grand-père d'un ami |
| TOUSSAINT | Hugo | | | CSP+ | Sportif | Ami de la famille |

6. Identifiez deux autres sources qui vous permettront de compléter votre fichier de nouveaux contacts potentiels.

Dans un premier temps, le fichier pourra être complété par :

- les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn) : en parcourant les contacts de vos contacts et en identifiant ceux qui habitent à Lyon et aux alentours (Vaulx-en-Velin, Saint-Priest, Dardilly, Sainte-Foy-lès-Lyon...) et qui peuvent répondre aux critères de ciblage ;
- la prospection physique : auprès de prescripteurs potentiels (salles de sport, salles d'attente de médecins, de dentistes, de kinésithérapeutes...).

D'autres pistes sont également envisageables :

- les associations sportives, les comités d'entreprise ;
- les foires et les salons (du bien-être, du sport, de la future maman, des seniors...) ;
- les journées portes ouvertes des écoles d'enseignement supérieur ;
- les fichiers payants de sociétés spécialisées.

II. Contacter des prospects et organiser la prospection

7. Pour chaque profil de prospect, choisissez le mode de contact approprié.

| Nom | Prénom | H. /F. | Âge | Enfants | CSP | Source du contact | Mode de contact |
|-----------|-----------|-----------|-----|--------------------------------|----------------|------------------------|-----------------|
| ADELMAN | David | H. | 21 | Non | Étudiant | Relation occasionnelle | SMS |
| AMARI | Salim | H. | 22 | Non | Étudiant | Ami | SMS |
| BERNARD | André | H. | 75 | | Retraité | Famille (grand-père) | Appel tél. |
| DIB | Farida | F. | 23 | Non | Étudiante | Amie | SMS |
| GASTIN | Florent | H. | 24 | Non | Commercial | Ami | SMS |
| LAURENT | Olivier | H. | 23 | Non | Commercial | Ami | SMS |
| LAVILLE | Catherine | F. | 55 | 2 petits-enfants de 2 et 5 ans | Retraîtée | Amie de la famille | E-mail |
| PERRIN | Noémie | F. | 52 | 4 enfants de 14 à 22 ans | CSP+ | Famille (tante) | E-mail |
| PERRIN | Zoé | F. | 25 | 1 enfant de 7 mois | | Famille (cousine) | SMS |
| SIBAN | Eve | F. | 71 | | Retraîtée | Amie de la famille | Appel tél. |
| TERMANI | Andrea | H. | 22 | | Étudiant | Ami | SMS |
| TERMANI | Inès | F. | 26 | 2 enfants de 1 et 3 ans | Femme au foyer | Sœur d'un ami | SMS |
| TERMANI | Mario | H. | 76 | | Retraité | Grand-père d'un ami | Appel tél. |
| TOUSSAINT | Hugo | H. | 51 | | CSP+ | Ami de la famille | Appel tél. |

8. Triez votre base de contacts en fonction des types d'ateliers que vous pouvez proposer selon des critères de segmentation pertinents. Complétez la base de données si nécessaire.

| Nom | Prénom | Âge | Enfants | CSP | Particularités / Centres d'intérêt | Critères de segmentation | Types d'ateliers |
|---------|-----------|-----|--------------------------------|-----------------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ADELMAN | David | 21 | Non | Étudiant | Partenaire de tennis | Mode de vie, sport, âge | Sport |
| AMARI | Salim | 22 | Non | Étudiant | Sportif | Mode de vie, sport, âge | Sport |
| BERNARD | André | 75 | | Retraité | | Âge, mode de vie | Forme et santé, sécurité |
| DIB | Farida | 23 | Non | Étudiante | Sportive et moderne | Mode de vie, sport, âge | Sport, famille |
| GASTIN | Florent | 24 | Non | Commercial | Sportif, pratique les jeux video | Mode de vie, sport, âge | Sport, famille |
| LAURENT | Olivier | 23 | Non | Commercial | Pratique les jeux vidéo | Mode de vie, âge | Famille |
| LAVILLE | Catherine | 55 | 2 petits enfants de 2 et 5 ans | Retraîtée enseignante | | Âge | Forme et santé, famille |
| PERRIN | Noémie | 52 | 4 enfants de 14 à 22 ans | CSP+ | | Mode de vie, famille | Famille, sécurité |
| PERRIN | Zoé | 25 | 1 enfant de 7 mois | | Manque de temps | Âge, famille | Famille |
| SIBAN | Eve | 71 | | Retraîtée | | Âge, mode de vie | Forme et santé, sécurité |
| TERMANI | Andrea | 22 | | Étudiant | Passionné d'informatique | Mode de vie, âge | Famille, sécurité |

| Nom | Prénom | Âge | Enfants | CSP | Particularités / Centres d'intérêt | Critères de segmentation | Types d'ateliers |
|-----------|--------|-----|-------------------------|----------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| TERMANI | Inès | 26 | 2 enfants de 1 et 3 ans | Femme au foyer | | Famille | Famille |
| TERMANI | Mario | 76 | | Retraité | | Âge, mode de vie | Forme et santé, sécurité |
| TOUSSAINT | Hugo | 51 | | CSP+ | Sportif | Âge, mode de vie | Sport, sécurité |

9. En tenant compte des conseils de votre manager, préparez l'e-mailing et le script téléphonique qui vous permettront de contacter les prospects.

E-mailing

De : _____

À : _____

Objet : Invitation atelier produits connectés

Bonjour _____,

J'espère que tout va bien de ton côté !

Je t'écris pour te tenir au courant de ma nouvelle activité et voir si cela peut t'intéresser.

J'ai rencontré il y a quelque temps un spécialiste des objets connectés et, comme cela me rend curieux depuis longtemps, je lui ai posé de nombreuses questions. J'ai pu ainsi découvrir et tester des produits très utiles, faciles d'utilisation et je suis enthousiaste. J'ai même décidé depuis de devenir vendeur(se) conseiller(ère) pour les produits ConnectIT.

Je suis sûr(e) que cela peut t'intéresser, toi et un certain nombre de gens dans ton entourage. J'aimerais organiser un atelier de démonstration chez toi, avec les invités de ton choix, sans obligation d'achat. C'est toujours un moment convivial et ludique et je me charge de (presque) tout. Qu'en dis-tu ? Est-ce qu'on peut se voir pour que je t'en dise plus ?

À très bientôt !

Script téléphonique

Contact : Bonjour, c'est _____, je te dérange ?

Raison : Je t'appelle pour te tenir au courant de ma nouvelle activité, parce que je pense que cela va t'intéresser. Tu connais ma curiosité pour les nouvelles technologies et pour les objets connectés ? Hé bien aujourd'hui c'est mon métier ! Je suis conseiller(ère) de vente pour l'entreprise ConnectIT, dont c'est la spécialité.

Objet : Je suis sûr(e) qu'il y a des produits que tu trouverais géniaux et que tu connais des gens que cela pourrait intéresser. J'aimerais organiser une démonstration chez toi pour faire découvrir ce qui existe et montrer comment cela fonctionne, sans obligation d'achat. Ce sont toujours des moments sympas et ludiques entre amis. Si tu es partant je t'expliquerai tout. Qu'en dis-tu ?

Conclusion : Parfait, je suis ravi(e) que cela t'intéresse ! On se voit donc le ____ à ____h pour que je t'en dise plus. Ne t'inquiète pas, il n'y en aura pas pour longtemps. Très bonne journée et à bientôt.

10. Fixez vos objectifs et planifiez votre prospection de la semaine sur votre agenda.

Objectifs de prospection pour recruter un(e) premier(ère) hôte(sse) :

- contacter 15 prospects par semaine ;
- obtenir 2 rendez-vous.

Agenda de la semaine

| | Lundi | Mardi | Mercredi | Jeudi | Vendredi |
|---------|---|---------------------------------|-------------------------------------|--|---|
| 8h-9h | | | Prospection 2.0 2 e-mails | | Prospection physique Salles d'attente |
| 9h-10h | | | | | |
| 10h-11h | | | | | |
| 11h-12h | Prospection téléphonique 3 appels | Prospection 2.0 8 SMS | | | |
| 12h-13h | | | | | |
| 13h-14h | | | | | |
| 14h-15h | | | | | |
| 15h-16h | | | | | |
| 16h-17h | | | | | |
| 17h-18h | | | | Prospection physique Salles de sport | |
| 18h-19h | | | | | |

III. Convaincre un nouvel hôte

11. À partir des notes prises lors de l'appel téléphonique, préparez le plan de découverte, l'argumentaire et le traitement des objections pour votre rendez-vous.

Plan de découverte :

Es-tu curieux des nouveautés technologiques ?

Possèdes-tu des objets connectés ?

Quels jeux vidéo possèdes-tu ?

Combien de fois par semaine joues-tu ? Combien d'heures par jour ?

Quels jeux vidéo t'intéresseraient ?

Est-ce que tu joues avec d'autres amis ?

Pratiques-tu un sport ?

Combien de fois par semaine ?

Connais-tu des personnes qui surveillent de près leur santé ?

Serais-tu intéressé pour partager un atelier connecté avec tes amis ?

Quel thème t'intéresserait particulièrement ? La santé ? Le sport ? La sécurité et la domotique ? La famille ?

Argumentaire :

| | Caractéristiques | Avantages | Preuves |
|------------------|---|--|--|
| Sécurité | Je me chargerai d'animer la réunion. | Tu pourras profiter des démonstrations comme les autres. | Voici le déroulement type. |
| Orgueil | Tu seras l'hôte de mon premier atelier de démonstration et je veux qu'il soit extraordinaire. | Tu seras à l'honneur parmi tes amis. | Voici les idées d'animations que j'ai envie de partager. |
| Nouveauté | La réunion permettra d'utiliser des outils connectés. | Tu seras à la pointe des nouvelles technologies utiles au quotidien. | Voici les outils connectés présentés lors de la réunion |
| Confort | La préparation de la réunion est | Les étapes sont simples et je | Voici le planning de la |

| | | | |
|------------------|---|---|--|
| | facile. | t'aiderai pour tout. | réunion. |
| Argent | Ton hospitalité sera récompensée. | Tu auras droit à des cadeaux et des réductions. | Voici la liste des cadeaux et des réductions pour les hôtes. |
| Sympathie | On va passer un moment amusant. Tu verras que certains objets sont très ludiques. | Tes amis te remercieront pour ce moment unique. | Voici des témoignages d'invités à nos réunions. |

Objectionnaire :

| Objection | Traitement |
|--|---|
| Je vais avoir l'air ringard d'organiser une réunion chez moi ! | Je comprends ton inquiétude, Florent. Les produits sont très modernes et c'est justement l'occasion de les essayer. Tes amis seront ravis. Crois-moi. |
| Je préfère aller à une réunion chez un ami plutôt que de l'organiser chez moi. | Je comprends. Cependant, le fait d'être hôte t'apporte de nombreux cadeaux et de réductions sur tes achats de produits connectés. C'est un privilège d'être hôte. |
| Les invités vont m'en vouloir de les forcer à acheter. | Je comprends tes réticences. Rassure-toi, les invités n'ont aucune obligation d'achat. |
| C'est sûrement très cher. | Ce serait encore plus cher s'il y avait une entreprise responsable de la distribution entre Connect et ses clients. L'intérêt de la vente directe est qu'il n'y a pas de circuit intermédiaire à rémunérer, cela permet de contrôler les prix fabricant. Nous avons également des produits en promotion, j'en parlerai. Et en tant qu'hôte, pour te remercier, tu auras droit à des remises sur tes éventuels achats. |

12. Quelle attitude devrez-vous adopter pour convaincre Florent ?

Il faut :

– rassurer Florent, avoir une attitude positive et valorisante ;

– être à l'écoute de ses besoins ;

« Quel est le thème qui t'intéresse le plus pour un atelier ? Je te proposerais bien des produits relatifs au sport, qu'en dis-tu ? »

– lui transmettre de l'enthousiasme et lui faire aimer les produits ;

« Nos produits sont très faciles d'utilisation et très utiles. Tu ne pourras plus t'en passer. Ce sont des produits sécurisés, avec une longue durée de vie »

– lui expliquer les avantages avec les cadeaux.

« Tu auras droit à des récompenses en tant qu'hôte :

Si le chiffre d'affaires TTC de cet atelier atteint 300 euros, tu bénéficieras de 10 % de réduction sur le montant TTC de l'atelier réalisé ;

Si le chiffre d'affaires TTC est supérieur à 300 euros, tu auras une remise de 5 % supplémentaires sur le montant de l'atelier ;

Si le chiffre d'affaires TTC va au-delà de 1 000 euros, tu gagneras une remise de 50 % sur ton produit préféré, dans la limite de 50 euros. »

13. Lors du rendez-vous, réagissez aux remarques de Florent.

« Ton atelier a l'air super long. « Je n'ai pas beaucoup de temps en ce moment car j'ai plein de travail. »

Je comprends que tu sois très occupé, Florent. La réunion ne durera qu'une heure trente.

« Si c'est pour que tout le monde s'ennuie, ça ne vaut pas le coup... »

Je te rassure, l'atelier est très ludique et le temps passe très vite. Tes invités seront enchantés.

« Et je n'aurai pas le temps d'organiser ça. »

Je m'occupe de tout. Tu auras juste à suivre mes indications.

« Sans compter le manque de place si on est trop nombreux ! »

La réunion prendra peu de place. Il faut juste que chacun puisse s'asseoir.

« En plus, on va tous se sentir obligés d'acheter. Ça ne me met pas très à l'aise vis-à-vis des copains... »

Rassure-toi, Florent. Il n'y a aucune obligation d'achat.

« D'ailleurs, je ne vois pas tant de monde que ça qui peut être intéressé. »

Je vais t'aider à identifier qui pourrait être intéressé. Ton réseau relationnel est étendu et la gamme de produits est large et peu plaire à beaucoup de monde. Je peux organiser des démonstrations dans différents domaines, des jeux à la cuisine en passant par les économiseurs d'énergie et le pèse-personne intelligent... Il y a forcément un sujet qui intéressera ton entourage ! Les objets connectés sont très tendance et en plein développement. Parmi tes autres amis, tes voisins, tes collègues, ta famille, il y a sûrement plus de gens que tu ne le crois qui pratiquent déjà les objets connectés ou qui seraient contents d'avoir des infos sur le sujet.

IV. Accompagner un nouvel hôte

14. Préparez votre entretien (étapes et outils).

| Étapes | Outils |
|---|--|
| Remercier Florent pour avoir accepté d'être hôte | |
| Expliquer l'organisation matérielle et le déroulement de la réunion | Programme d'un atelier type |
| Préciser à Florent son rôle | |
| Repérer et lister le matériel disponible chez Florent pour animer la réunion | Support de prise de notes |
| Lister les invités avec Florent | Tableau des quatre cercles relationnels (annexe 9) |
| Prévoir l'invitation et le mode de transmission de l'invitation | Invitation personnalisée |
| Préparer Florent aux objections de ses invités | Objectionnaire |
| Former Florent aux produits | Brochures, fiches produits |
| Expliquer le métier, le suivi client, le fonctionnement des commandes, les droits des invités | Bons de commande |
| Remercier Florent pour l'entretien, le féliciter pour sa liste d'invités et prendre congé | |

15. Listez les questions qui aideront Florent à réaliser sa liste d'invités.

Parmi tes amis, combien seraient intéressés par cet atelier ?

Dans ta famille, qui pourrais-tu inviter ?

Parmi tes collègues, penses-tu que certains seraient motivés ?

Tes voisins seraient-ils prêts à venir à un atelier ?

Parmi tes contacts *via* les réseaux sociaux, qui pourrais-tu inviter ?

16. Réalisez l'invitation que Florent va envoyer à ses invités.

Florent Gustin
28 rue Lamartine 69003 Lyon
0472567913

Bonjour,

Comme moi, je pense que tu es curieux(se) du potentiel des objets connectés pour rester en forme et s'amuser. Pour en savoir plus et avoir la possibilité de tester des produits, je t'invite à participer à un atelier de démonstration, sans engagement d'achat.

Nous nous retrouverons à plusieurs, chez moi, le samedi 15 juin à 17h. La démonstration durera 1h30 et sera animée par l'un de mes amis qui représente ConnectIT, une entreprise de pointe spécialisée dans les produits connectés. Leurs produits sont très intéressants et je pense sincèrement que cela nous permettra de partager un bon moment. Tu peux avoir un aperçu sur leur site web.



www.connectit.fr

Les produits peuvent être achetés à l'issue de la démonstration mais il n'y a aucune obligation.

Si tu es d'accord pour venir, merci de me le confirmer avant le 7 juin.

À très bientôt,
Florent

17. Préparez et motivez Florent pour la réunion : expliquez-lui le thème, le déroulement, les produits, son rôle, le vôtre...

| Étapes | Propositions de formulation |
|---|---|
| Remercier Florent pour avoir accepté d'être hôte | Bonjour Florent, merci beaucoup pour avoir accepté cette démonstration chez toi. |
| Expliquer l'organisation matérielle et le déroulement de la réunion | Je viendrai 45 minutes avant le début de la réunion pour préparer et aménager l'animation. Je te demanderai juste de prévoir de quoi se désaltérer et grignoter. Au début de la réunion, j'accueillerai les invités avec toi et ensuite je présenterai l'entreprise et les produits. J'ai choisi de présenter le thème du sport. Je montrerai les produits liés au sport et les produits comme les drones ou les jeux Sphero. |
| Préciser à Florent son rôle | Je te laisserai accueillir et présenter en quelques mots chacun de tes invités, puis les installer à la place qui te semblera le mieux pour eux. Si jamais certains arrivent en retard, il faudra que tu les accueilles tout seul et que tu les mettes à l'aise parce que j'aurai commencé la présentation. Je me charge de tout le reste. |
| Repérer et lister le matériel disponible chez Florent pour animer la réunion | Nous allons regarder l'espace et le matériel déjà disponible chez toi pour animer la réunion. Ton parquet est magnifique mais cela risque d'être glissant pour les tests sportifs et les jeux. Nous repousserons les meubles et j'apporterai un tapis anti-dérapant pour que ce soit plus pratique et plus sécurisé. |
| Lister les invités avec Florent | Si tu ne vois pas trop par où commencer, nous allons réfléchir ensemble aux différents cercles de ton entourage (familial, amical, professionnel, autres...) et je vais te poser des questions. En moyenne nous savons qu'il faut inviter au moins 25 personnes pour avoir 8 participants effectifs. |
| Prévoir le mode de transmission de l'invitation | Je te conseille d'inviter tes contacts par mail et de relayer par un coup de téléphone si besoin. J'ai déjà préparé une invitation que tu peux améliorer ou utiliser telle quelle si tu le souhaites. |
| Préparer Florent aux objections de ses invités | Certains te diront qu'ils sont très gênés de venir à une vente en réunion. Rappelle-leur qu'il n'y a aucune obligation d'achat et que le premier objectif est de pouvoir manipuler les produits avec quelqu'un qui explique en direct comment cela fonctionne. D'autres seront peut-être réticents à se retrouver en groupe pour expérimenter des mesures de santé ou un challenge de jeu. Tu peux leur dire que tu n'invites que des gens bienveillants et que l'esprit est avant tout ludique. |
| Former Florent aux produits | Je te présente rapidement les produits en avant-première. Voici les outils qui permettent de capter ton activité physique, de mesurer ta fréquence cardio, de mesurer ton hydratation, et ton électro stimulation. Je présenterai aussi le drone que tu connais et le jeu vidéo Sphero. |
| Expliquer le fonctionnement des commandes, le suivi client | Ceux qui seront intéressés pourront à la fin des démonstrations renseigner un bon de commande et régler sur place. Même s'ils sont réticents, demande-leur de prévoir un moyen de paiement pour le cas où ils auraient un coup de cœur pour eux ou pour offrir. En ce qui concerne les commandes de tes invités, je me chargerai de les livrer à ton domicile. Je reprendrai contact avec toi après la livraison pour savoir si tout s'est bien passé et si tes invités sont satisfaits de leur produit. |
| Remercier Florent pour l'entretien, le féliciter pour sa liste d'invités et prendre congé | Je te remercie Florent pour ta patience et pour ton accueil. Je te félicite pour ta liste d'invités et je te dis à très bientôt. |

18. Rédigez l'e-mail de confirmation que Florent devra transmettre deux jours avant la réunion.

Bonjour,

Je te remercie d'avoir accepté de participer à l'atelier ConnectIT. Prépare-toi à tester des produits très originaux ! Je te confirme donc que la réunion ConnectIT aura bien lieu le samedi 15 juin de 17 heures à 18h30 chez moi, au 28 rue Lamartine, 69003 Lyon.

À samedi !

Florent Gustin

0472567913

Applications

1. Définir la cible (p. 207)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Identifiez l'activité de Secrets de Miel et les caractéristiques des produits.

L'activité de l'entreprise Secrets de Miel consiste à fabriquer des produits de la ruche : miel, gelée royale, pollen et propolis. Ce sont des produits haut de gamme de soins pour la beauté et pour le bien-être. Les produits sont fabriqués en France.

Les caractéristiques des produits :

- fabrication française ;
- haut de gamme ;
- miel récolté en France ;
- vente directe du producteur au consommateur ;
- produits sans paraben, sans silicone et sans phénoxyéthanol.

2. Identifiez les différentes cibles qui pourraient être démarchées par votre tuteur.

Secrets de Miel propose une gamme de soin beauté et bien-être pour hommes, femmes et enfants, de fabrication française, avec un savoir-faire familial et dans le respect de la santé et de l'environnement.

La cible est donc la famille, particulièrement les consommateurs sensibles à l'environnement, et à des produits naturels non nocifs pour la santé et recherchant des produits locaux.

3. Élaborez pour chaque cible des critères de ciblage pertinents.

Les cibles démarchées sont les CSP+, sensibles à leur santé, à leur bien-être, à leur beauté.

Les critères de ciblage peuvent être :

- géographiques : en fonction de la zone de chalandise du conseiller Secrets de Miel ;
- socio-économiques et démographiques : CSP+, femmes principalement (à l'initiative de l'achat de ce type de produits) ;
- psychographiques : cibles sensibles à la santé à l'environnement et à l'achat local.

2. Constituer un fichier prospects (p. 208)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Présentez les avantages concurrentiels des produits de l'entreprise Écolavie.

Les avantages concurrentiels des produits de l'entreprise Écolavie sont :

- ce sont des produits concentrés, économiques à l'usage ;
- les matières premières sont exclusivement bio ;
- les produits proposent des solutions respectueuses de l'Homme et de l'environnement ;
- les supports sont en papier recyclé, avec une encre végétale ;
- les emballages sont réduits et recyclables ;
- les matières premières sont d'excellente qualité ;
- les meilleurs ingrédients naturels sont choisis pour la composition des produits.

2. Identifiez les cibles qui peuvent être prospectées pour votre activité.

Les cibles sont principalement :

- géographiques : en fonction de la zone de chalandise du conseiller Écolavie (ici la zone de Chambéry et environs en Savoie) ;
- socio-économiques et démographiques : CSP+, femmes, 30-50 ans ;
- psychographiques : cibles sensibles à la santé à l'environnement et à l'achat local. Cibles sensibles à la beauté, au bien-être.

3. Appréciez l'achat d'un fichier. Présentez les avantages et les inconvénients.

L'achat d'un fichier clients/prospects permet d'avoir un ciblage précis. Il permet d'effectuer une opération de prospection sur un ou plusieurs supports prédéfinis (SMS, mails, courrier...).

Les fichiers qui peuvent être utiles ici sont :

- le listing clients jeunes actifs, pour leur proposer les produits de bien-être (huiles essentielles antistress, détente) et les cosmétiques (soins du corps et du visage, maquillage) ;
 - le listing d'adresses de célibataires pour les produits de bien-être (huiles essentielles) et de cosmétique (soins du corps et du visage, maquillage) ;
 - le listing clients de nouveaux emménagés, pour les produits d'entretien (kit découverte) et les produits de bien-être ;
 - le listing d'adresses de foyers actifs pour les produits de bien-être et de cosmétique ;
 - le listing clients de foyers avec jeunes enfants pour les produits d'entretien (kit découverte) ;
 - le fichier d'adresses de retraités/seniors car ils recherchent avant tout des produits naturels, bio.
- Nous pouvons leur proposer les produits d'entretien et nos huiles essentielles.

Les avantages d'acheter un fichier clients/prospects sont :

- de ne pas avoir de contacts inutiles ;
- d'avoir des contacts, qui regroupent les personnes susceptibles d'être intéressées sur la zone géographique choisie ;
- d'avoir des informations utiles : adresses postales, téléphones, fax et/ou email et de pouvoir choisir le canal que l'on désire exploiter ;
- de gagner du temps : le fichier est immédiatement exploitable ;
- de simplifier la démarche ;
- de réaliser des économies par rapport à une recherche de prospects.

Les inconvénients et les risques à l'achat d'un fichier sont :

- le coût élevé ;
- de ne pas utiliser tous les éléments ;
- de choisir la mauvaise cible ;
- que le fichier ne soit pas mis à jour.

4. Construisez un fichier prospects en incluant les rubriques qui vous semblent pertinentes.

| Prospect | Client | Nom | Prénom | Date de naissance | Sexe | Adresse | CP | Ville | Numéro de téléphone | (...) |
|----------|--------|-----|--------|-------------------|------|---------|----|-------|---------------------|-------|
| | | | | | | | | | | |

| (...) | Adresse e-mail | Situation matrimoniale | Enfants | CSP | Centres d'intérêt (bien-être/environnement/beauté/santé) |
|-------|----------------|------------------------|---------|-----|--|
| | | | | | |

5. Préparez le guide d'entretien pour votre prospection par téléphone.

METHODE C.R.O.C. / prospection de l'hôte(sse) pour une vente en réunion

- **Contact** : Bonjour, Chloé Lovalli, conseillère pour la marque Écolavie, je souhaiterais parler à M^{me} Valérie Terrence, s'il vous plaît ?

- **Raison** : Madame Valérie Terrence ? Bonjour, comment allez-vous ? Je vous appelle pour vous proposer de découvrir nos produits naturels d'entretien. Est-ce que vous connaissez les produits Écolavie ?

- **Objectif** : Très bien, Valérie. Je vous propose de tester nos produits dans un espace confortable et cosy autour d'un café. Qu'en pensez-vous ? Serait-il possible d'organiser une réunion chez vous ? Vous pourriez inviter quelques proches à se joindre à nous. Vous n'aurez aucune obligation d'achat, rassurez-vous. Vous aurez juste à préparer un café et à prévoir quelques friandises.

Quel jour vous conviendrait pour que je puisse vous en parler plus en détail, Valérie ? Le samedi 15 mars ou le samedi 22 mars ? Très bien, le samedi 15 mars. Quel horaire préférez-vous ? Pouvez-vous me donner votre adresse mail et votre numéro de portable, s'il vous plaît ?

- **Conclusion** : Je vous remercie, Valérie. Nous nous verrons donc le samedi 15 mars, à votre domicile. Je vous souhaite une très belle journée. A très bientôt, Valérie.

Pour aller plus loin

Autre méthode de contact : le moyen mnémotechnique P.P.D.P.

- Présentation
- Pourquoi
- Demande
- Prise de congé

L'identification doit être claire et complète de l'entreprise et du conseiller de vente.

Le commercial doit être courtois et poli.

Le commercial doit penser à une personnalisation permanente du client.

Il doit prévoir au préalable sa documentation.

Il peut dans certains cas, prévoir un argumentaire qu'il a testé, amélioré et respecté.

Il doit prévoir le nécessaire pour une prise de notes.

Il ne doit pas raccrocher trop tôt et laisser le client le faire en premier.

3. Réaliser le suivi de la prospection (p. 210)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Élaborez un outil de suivi de la prospection.

| | Objectifs | Résultats | Écarts |
|-----------------------------|--|-----------|--------|
| Nombre de nouveaux contacts | 50 nouveaux contacts par semaine | | |
| Prospection téléphonique | 5 appels par jour soit 25 appels par semaine | | |
| Prospection physique | 6 rendez-vous par semaine | | |

2. Faites le bilan de la semaine.

| | Objectifs | Résultats | Écarts |
|-----------------------------|--|-----------------------------------|--------|
| Nombre de nouveaux contacts | 50 nouveaux contacts par semaine | 45 | -5 |
| Prospection téléphonique | 5 appels par jour soit 25 appels par semaine | 15 (en moyenne 3 appels par jour) | -10 |
| Prospection physique | 6 rendez-vous par semaine | 9 | +3 |

3. Analysez les écarts avec les objectifs fixés et proposez des solutions d'amélioration.

Analyse des écarts

Les 9 rendez-vous obtenus sont supérieurs aux objectifs de 6 rendez-vous.

Les objectifs de 50 nouveaux contacts sont presque atteints.

Par contre, les objectifs de 25 appels ne sont pas obtenus car seulement 15 appels ont été effectués.

Solutions d'amélioration

Il serait souhaitable d'augmenter les périodes d'appels téléphoniques tous les jours, de 10h à 12h mais également de 17h30 à 18h30, et de développer le *social selling* pour rechercher de nouveaux contacts (via Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, LinkedIn, Viadeo). Il faudrait stimuler le réseau en étant davantage actif (présentation des produits, des ateliers, photos, articles, conseils).

4. Préparer les outils de prospection des hôte(sse)s (p. 211)

NIVEAU EXPERTISE

1. Préparez une présentation de l'entreprise et des produits.

Présentation de l'entreprise PartyLite

PartyLite a été créée au début des années 1900 par une institutrice nommée Mabel Baker. Elle fabriquait des bougies à base de baies sauvages qui poussaient sur sa presqu'île natale de Cape Cod. À partir de 1909, elle transforma sa passion pour les bougies en un commerce florissant. À sa mort en 1965, à l'âge de 94 ans, elle avait réussi à transformer ce qui avait démarré par la confection de bougies dans sa cuisine en une entreprise mondiale. PartyLite est une entreprise qui défend la qualité, tant pour les produits que dans ses relations aux autres.

Présentation des produits PartyLite

- le parfum est réparti dans toute la cire ;
- la cire est de haute qualité. Elle est composée de paraffine de qualité supérieure, non toxique ;
- la mèche est en coton, sans plomb, donc elle n'est pas toxique ;
- les parfums sont réalisés par de grands parfumeurs ;
- les produits ne contiennent ni graisses animales, ni pesticides ;
- la combustion est plus longue qu'une bougie traditionnelle. Elle est optimale pour une diffusion intense de nos fragrances à partir d'huiles essentielles soigneusement sélectionnées ;
- le verre de la bougie est 100 % recyclable et conforme aux normes de sécurité internationales ;
- la bougie est fabriquée à la main aux États-Unis par des experts parfumeurs depuis plus de quarante ans.

2. Réfléchissez à la manière dont vous prendrez contact et concevez une trame.

Bonjour madame Claire Vivel,

Je me présente, Julie Rebel, conseillère PartyLite. Lors de l'atelier PartyLite chez Vincent, nous avons évoqué l'éventualité d'organiser un atelier chez vous. Êtes-vous toujours intéressée ?

Rien de plus simple ! Il nous suffit de fixer deux dates, dont une pour effectuer la préparation hôte(sse) : durant cette préparation, je vous présenterai le catalogue et les senteurs du moment. Je vous expliquerai le déroulement de la présentation, les modalités de paiement et de livraison. Et si vous le désirez, je pourrai vous aider à dresser votre liste d'invités : famille, amis, collègues, voisins, etc. ; puis nous déciderons d'une date pour effectuer la présentation.

Le jour J : le jour de la présentation, j'arriverai environ 45 minutes avant l'heure à laquelle vos invités arriveront pour que je puisse préparer la table. Les invités arriveront et là, il suffira de vous laisser guider. Lorsque la présentation sera terminée, vous reprendrez votre rôle d'hôte(sse) en proposant des rafraîchissements et, éventuellement, une petite collation.

Voici vos cadeaux : si votre total des ventes est inférieur à 250 euros, vous recevrez 15 % des ventes en cadeau. Si votre total des ventes est supérieur à 250 euros, vous pourrez bénéficier des offres spéciales hôtesse : il s'agit d'articles du catalogue proposé à un tarif préférentiel. Vous pourrez aussi, par tranche de 250 euros, profiter d'articles à moitié prix. Ces articles seront à choisir parmi tout le catalogue. Si aucune personne ne souhaite devenir hôtesse dans les 30 jours, elle bénéficiera d'un privilège hôtesse de 15 %. Par contre, si une personne souhaite devenir hôtesse dans les 30 jours et donc profiter à son tour de tous ces avantages, le privilège hôtesse passe de 15 à 20 %.

Si le total des ventes est supérieur à 500 euros, l'hôtesse bénéficie de tous les avantages précédents.

Et dans le cas où une invitée accepte de devenir hôtesse dans les 30 jours, l'hôtesse peut profiter de la promotion hôtesse : il s'agit d'un article de plus de 100 euros proposé à un tarif très préférentiel.

Voilà les avantages d'être hôtesse et j'espère vous avoir convaincue sur ce point.

Quelle date vous conviendrait pour notre atelier ? Le lundi 10 janvier ou le mardi 11 janvier ? Quelle heure vous conviendrait ?

Entendu pour organiser une Party le 11 janvier à 18h. Je vous propose de nous rencontrer à votre domicile au moins 15 jours avant pour voir l'organisation. Si vous avez des questions, vous pouvez me contacter au 09.52.54.30.72 ou au 06.61.14.69.81 ou sur julie.rebel@hotmail.com.

Je vous remercie. À très bientôt.

3. Élaborez un plan de découverte et un argumentaire SONCASE pour convaincre votre futur(e) hôte(sse) d'organiser une Party.

Plan de découverte

- avez-vous déjà participé à un atelier ?
- avez-vous déjà organisé une réunion à votre domicile ?
- aimez-vous partager des moments déco avec vos amies ?
- faites-vous parfois du shopping avec vos amies ?
- aimez-vous montrer vos achats déco à vos amies ?
- aimez-vous offrir des bougies ?
- utilisez-vous des bougies pour parfumer votre intérieur ?
- quels sont vos parfums préférés ?

Argumentaire

| | Caractéristiques | Avantages | Preuves |
|------------------|---|---|------------------------------------|
| Sécurité | Les bougies PartyLite sont sans pesticide, sans plomb et sans sulfate. | Les bougies PartyLite vous permettront une consommation de longue durée, sans risque pour la santé. | Voici la garantie. |
| Orgueil | Nos fragrances sont composées d'huiles essentielles haut de gamme. | Vous pourrez parfumer votre intérieur avec des parfums inédits et très chics. | Voici nos derniers parfums. |
| Nouveauté | La répartition de la fragrance dans toute la cire est inédite. | Vous pourrez parfumer votre intérieur plus longtemps. | Voici la composition de la cire. |
| Confort | Les bougies PartyLite sont composées de paraffine de qualité supérieure | Les bougies PartyLite vous permettront une consommation de longue durée, sans risque pour la santé. | Voici la preuve de leur autonomie. |
| Argent | Des cadeaux sont proposés aux | Vous bénéficierez de 15 % de | Voici nos cadeaux |

| | Caractéristiques | Avantages | Preuves |
|----------------------|--|---|--------------------------------|
| | hôtesses. | réduction sur les ventes réalisées. | |
| Sympathie | Nos bougies sont de jolis cadeaux pour vos amis. | Vous pourrez faire plaisir à vos amis, grâce à nos bougies. | Voici notre catalogue. |
| Environnement | Le verre est recyclable à 100 %. | Vous protégerez l'environnement, grâce à nos verres. | Voici la composition du verre. |

4. À partir des objections le plus souvent rencontrées par les autres conseiller(ère)s, préparez vos réponses aux objections.

« Je ne connais pas ces produits. »

Nos produits PartyLite existent depuis plus de quarante ans. Ils sont vendus dans le monde entier.

« Les produits sont trop chers et je ne veux rien acheter. »

Je comprends. Notre premier prix est très abordable. Vous allez être conquis(e) quand vous allez sentir nos fragrances.

« Je ne comprends pas l'intérêt d'une vente à domicile pour des bougies. »

L'atelier vous permettra de faire brûler plusieurs bougies et de sentir leur fragrance. Vous pourrez ainsi choisir en toute connaissance les différents parfums.

« Les produits ne durent pas longtemps. »

Nos bougies ont une durée de vie plus longue qu'une bougie classique car la paraffine est de qualité supérieure et nos fragrances sont de grande qualité.

« La vente à domicile ne me plaît pas. »

Je comprends que vous soyez réticent(e). Il s'agit juste d'un moment d'échange entre amis, autour d'un café. Vous n'avez aucune obligation d'achat.

« Je n'ai pas le temps. »

Je comprends. La réunion ne durera qu'une heure trente. Vous êtes libre de choisir la date et l'horaire.

« Je n'ai pas de place à la maison pour inviter autant de monde. »

Je comprends. Vous pouvez inviter juste cinq personnes. Cela suffit pour que vous receviez des cadeaux.

« Je suis sûre que personne ne viendra. »

Vous pouvez inviter des membres de votre famille. Je peux vous aider à lancer les invitations, si vous le souhaitez. Il suffit juste que cinq personnes assistent à la réunion.

5. Préparer une vente en réunion (p. 213)

NIVEAU EXPERTISE

1. Décrivez les objectifs et le fonctionnement d'une réunion Léonard Vins & Terroirs.

Les objectifs d'une réunion Léonard Vins & Terroirs sont de faire participer les futurs clients à des ateliers de dégustation à domicile gratuits et de faire découvrir cinq vins et trois produits gastronomiques.

2. Faites le rétroplanning de la réunion et listez les outils dont vous avez besoin.

RÉTROPLANNING : ATELIER CHEZ BERNARD

| Étapes | | Outils nécessaires |
|--------|--|--|
| J-15 | Rendez-vous de préparation avec Bernard | <ul style="list-style-type: none"> - produits à déguster en avant-première ; - premier cadeau ; - planning type de déroulement d'une réunion ; - outils de prise de notes pour le repérage des lieux ; - liste d'invités par cercles relationnels à compléter avec Bernard ; - modèle d'invitation à transmettre ; - fiches produits et catalogues ; - bons de commande à destination de ceux qui ne pourraient pas venir. |
| J-7 | Élaboration du programme détaillé de l'atelier de dégustation chez Bernard | <ul style="list-style-type: none"> - fiches produits et offres actualisées |
| J-2 | Rappel et relance | <ul style="list-style-type: none"> - mail de rappel pour Bernard ; - mail de rappel pour les invités de Bernard. |
| J | Atelier de dégustation | <ul style="list-style-type: none"> - OAV ; - liste des invités de Bernard ; - matériel de décoration ; - pack cadeau pour Bernard ; - produits de dégustation ; - fiches produits et catalogues ; - un agenda ; - stylos ; - une calculatrice ; - bons de commande ; - moyens d'encaissement. |

3. Le prochain RDV avec votre hôte est une étape essentielle. Élaborez une check-list de vos missions et des tâches à réaliser lors de ce RDV.

CHECK-LIST RDV DE PRÉPARATION

| Missions | Tâches |
|---|--|
| Motiver Bernard | <input type="checkbox"/> Le remercier pour avoir demandé une dégustation à domicile <input type="checkbox"/> Lui transmettre mon enthousiasme <input type="checkbox"/> Expliquer les cadeaux/remises dont il va pouvoir profiter |
| Repérer le matériel disponible pour animer la réunion | <input type="checkbox"/> Vérifier la taille de la pièce <input type="checkbox"/> Prévoir l'organisation de la réunion <input type="checkbox"/> Expliquer la décoration prévue pour la réunion |
| Lister les invités avec Bernard | <input type="checkbox"/> Indiquer un objectif de participants et prévoir environ 3 fois plus d'invitations <input type="checkbox"/> Guider Bernard pour trouver des invités dans ses différents cercles relationnels |
| Former Bernard aux produits | <input type="checkbox"/> Montrer les vins présentés lors de la réunion <input type="checkbox"/> Présenter l'origine de chaque vin <input type="checkbox"/> Prévoir une dégustation avec l'hôte |

| Missions | Tâches |
|---|--|
| Fournir les brochures, les fiches produits | <input type="checkbox"/> Montrer les fiches produits de chaque vin présenté : origine, composition, recommandations <input type="checkbox"/> Donner les brochures sur l'entreprise |
| Expliquer le fonctionnement des commandes, le suivi des invités | <input type="checkbox"/> Expliquer que les commandes sont passées à la fin de la réunion <input type="checkbox"/> Rappeler le rôle du bordereau de rétractation et le délai <input type="checkbox"/> Préciser les moyens de paiement possibles <input type="checkbox"/> Dire que la livraison s'effectue au domicile de l'hôte, par l'intermédiaire du conseiller <input type="checkbox"/> Indiquer que le conseiller rappelle l'hôte et les clients après la réunion pour un suivi conseils |

4. Lors du RDV, Bernard est mal à l'aise pour inviter ses amis à l'atelier. Assistez-le dans sa démarche.

« **Je suis mal à l'aise pour obliger mes amis à acheter vos produits.** »

Rassurez-vous Bernard, il s'agit juste d'une dégustation gratuite. Vous n'avez aucune obligation d'achat, ni vos invités.

« **J'ai peur qu'ils ne viennent pas.** »

La réunion ne dure qu'une heure trente et c'est toujours un bon moment à partager. Vous leur rappellerez le RDV deux jours avant pour le cas où certains auraient oublié.

« **Je ne sais pas comment m'y prendre.** »

Je comprends. Je peux vous aider à prendre contact avec vos invités et à rédiger le mail d'invitation.

« **Nous faisons déjà des dégustations entre amis.** »

Je comprends. Léonard Vins & Terroirs a un partenariat équitable et durable avec les petits producteurs de vins et la sélection de nos vins relève de l'excellence.

5. Réalisez l'invitation qu'il pourra leur transmettre.

Bonjour,

J'espère que tu vas bien.

J'ai découvert grâce à l'entreprise Léonard Vins & Terroirs d'excellents vins de producteurs indépendants et des produits du terroir authentiques. Pour me remercier de mes commandes, un de leurs conseillers viendra organiser chez moi une dégustation gratuite de cinq vins rigoureusement sélectionnés et de trois produits, le vendredi MM/AA à 18 heures.

Cela promet un bon moment et j'espère que tu pourras te joindre à nous.

Par avance merci de confirmer ta venue d'ici huit jours.

À très bientôt.

Bernard Clarc

30 rue Leclerc 38000 Grenoble

06.24.58.46.58