

Script pour une campagne de prospection téléphonique pour le centre

Objections

- J'ai pas le temps = c'est justement pour ça
- Ça ne m'intéresse pas = c'est justement pour ça
- J'ai pas de budget = c'est justement pour ça

Résumons

- Ça ne vous coûte rien = Éligible à l'OPCO
- C'est spécialement conçu pour vous
- Offrez-vous des revenus plus prédictible

PITCH ORGANISME DE FORMATION - DIGITAL

Je m'appelle David et j'ai étudié votre structure pour savoir si vous souhaitez **vous libérez rapidement du temps dans la phase amont la plus répétitive de votre business, LA PROSPECTION ?!**

Nous sommes un centre d'acquisition clients BTOB !

Partenaire d'acteurs de la TECH notamment avec un podcast appelé Outils Business.

Est-ce que vous souhaitez mettre en place **rapidement un système d'acquisition BTOB ?**

Nous avons créé 2 offres **SPÉCIALEMENT CONÇU POUR les acteurs de la tech :**

1. **SOIT on prend des RDVs pour vous (on alimente vos agendas d'opportunités)**
2. **OU** vous avez un **commercial** en interne ? **SOIT** on vous **aide à trouver une ressource stage/alternant assistant commercial** si vous n'en n'avez pas et **on le forme en documentant tout** pour que vous puissiez le faire de vous même avec **une formation finançable par l'OPCO !**

On en parle dans un appelle de 30 min en fin de semaine ?

PITCH ORGANISME DE FORMATION - RSE

Je m'appelle David et j'ai étudié votre structure pour savoir si vous souhaitez développer votre activité durablement en étant aligné avec vos valeurs et votre mission d'entreprise ?

Nous sommes un centre d'acquisition clients BTOB !

Partenaire d'acteurs de la RSE qu'on accompagne sur des sujets de réduction d'impact environnemental par exemple.

Est-ce que vous souhaitez mettre en place durablement **un système d'acquisition BTOB ?**

Nous avons créé 2 offres **SPÉCIALEMENT CONÇU POUR les acteurs de la RSE :**

1. **SOIT on prend des RDVs pour vous (on alimente vos agendas d'opportunités)**
2. **OU** vous avez un **commercial** en interne ? **SOIT** on vous **aide à trouver une ressource stage/alternant assistant commercial** si vous n'en n'avez pas et **on le forme en documentant tout** pour que vous puissiez le faire de vous même avec **une formation finançable par l'OPCO !**

On en parle dans un appelle de 30 min en fin de semaine ?

PITCH ORGANISME DE FORMATION - OF

J'ai vu votre organisme de formation sur un **annuaire** et je voulais savoir si **vous souhaitez avoir des revenus plus prévisibles ?** Je m'appelle David et **nous sommes un centre d'acquisition clients BTOB !**

Vous faites bien de l'acquisition BtoB ? Vous souhaitez proposer votre offre aux entreprises ?

Est-ce que vous développer actuellement **ESSENTIELLEMENT** votre activée qu'avec **de la recommandation et du marketing ?**

Nous avons créé 2 offres **SPÉCIALEMENT CONÇU POUR les OF :**

1. **SOIT on prend des RDVs pour vous (on alimente vos agendas d'opportunités)**
2. **OU** vous avez un **commercial** en interne ? **SOIT** on vous **aide à trouver une ressource stage/alternant assistant commercial** si vous n'en n'avez pas et **on le forme en documentant tout** pour que vous puissiez le faire de vous même avec **une formation finançable par l'OPCO !**

On en parle dans un appelle de 30 min en fin de semaine ?

ANCIEN PITCH

Bonjour, je suis Romain Coique, j'aide des chefs d'entreprise et des équipes commerciales à développer leur business avec **une formation pragmatique en vente de 3 mois.**

De 2 à 10 collaborateurs, de 40k euros à 3,5 millions, les entreprises que j'ai accompagné ont souvent 5 sujets importants en tête :

1. Leur **offre marketing ne convertie pas** et impact leur vente
2. **Leur système d'acquisition** est basé sur le bouche à oreille (ou une plateforme) **ne permet pas de prédire leur revenus**
3. Ils ont **dû mal à savoir si ils doivent recruter** un senior (qui a dû réseau ou de l'expérience) ou un junior (qui leur coûte moins cher mais ils espèrent le faire évoluer)
4. **Ils perdent en motivation alors qu'ils doivent booster** leur équipe et des tensions apparaissent
5. Ils n'exploitaient pas au **mieux leur outil et ont dû mal à prioriser leur prochaine action**

Schéma !

Vous vous y retrouvez ?

Mes programmes permettent :

1. de rendre plus **efficace les actions commerciales** avec un meilleur ciblage et du marketing commercial percutant

2. de **lever des fonds** (le cas échéant), de **recruter** des juniors
3. **d'Onboarder** avec un guide en **10 étapes de bonnes pratiques**
4. Et d'opérer un exit (revente à un gérant ou un groupe)

Contrairement à 90% des programmes en vente qui proposent des formations théoriques, mes programmes ont **une logique de Sales Operation et un style motivationnel** directement dans votre environnement.

Nos clients observent après quelques semaines :

- 1 - Une meilleure gestion des priorités alignées avec leur objectif
- 2 - Une meilleure utilisation de leur CRM : contact froid, tiède chaud
- 3 - De meilleure réflexes tant sur : la prise de RDV, le pitch, la qualification et le closing.

Résultats : il multiplie le nombre de contacts et améliore leur taux de closing.

- Avez-vous quelques minutes devant vous pour échanger sur votre entreprise, ses ressources actuelles pour (**résoudre la problématique que vous souhaitez aborder**), et les résultats que vous convoitez ?
- **(Si non)** : D'accord, êtes-vous disponible le **(date)** pour que je vous rappelle ?
- **(Si oui)** : *Continuer sur les questions et éléments du script.*

☺ **N'oubliez pas de sourire : votre interlocuteur l'entendra !**

Informations sur l'entreprise avant l'appel

Activité — Que fait l'entreprise ?

Produit / Service / TJM — Concrètement que peut-t-on acheter ?

Son persona (BtoC-BtoB) — Qui et quels sont les points forts qui vous permettent de signer avec vos clients ? Les messages clés ?

CA réalisé — Auto entreprise inférieur à 70 k (TVA) ou vérifier sur société.com ? En progression ?
Nombre d'exercices ?

Présence sur internet — Évaluation

Motivations / Needs

Audit Marketing — Restitution de ma compréhension du business

Situation — Date de création, solo, objectif de C.A ?

Priorité 2022 — Marketing ? Vente ? Recrutement ? Outils ?

Actualité du mois — En ce moment ?

Canal d'acquisition — Inbound Vs Outbound répartitions ?

SUCCESS STORY — Lucile (Offre) ? Amel (Acquisition) ? Valentin (Réflexe) ? Besight (Sales Ops) ? NxCreative ? (Exit)

Solutions en place — Stack en place CRM ? Newsletter ?

Difficultés / Challenges — Qu'est-ce qui ne marche pas ? De quoi avez-vous besoin ?

Formation (CPF/OPTCO) — Avez-vous déjà été formé + bilan ?

Nombre de contacts — En moyenne ajouté chaque mois ? 20 / mois

Nombre d'opportunités — En moyenne ajouté chaque mois ? 5 / mois

Panier moyen / TJM — 2384 euros / 794 J

Nombre de jour — Pour closer ou vendu à l'année

Taux de closing — 50 % ?

Timing / Budget

Estimation calendrier — Planning / Allez-vous lancer des nouvelles campagnes ou en êtes-vous au

stade de recherche ?

Budget — Quel est le budget estimé par campagne ?

Concurrence / Partenaire — Etes-vous suivi par quelqu'un ? Réseau d'affaires ?

Prochaine étape R2 — CR avec Reco + puis planifier un RDV Succes Story

Bons points - Vente

- Atelier physique
- Atelier en ligne
- Bouche à oreille
- Logique commerciale (Ajouts de contacts qualifiés)
- Prise de RDV
- RDV : R1, R2 et R3

Mauvais points - Vente

- Atelier physique
- Atelier en ligne
- Bouche à oreille
- Logique commerciale (Ajouts de contacts qualifiés)
- Prise de RDV
- RDV : R1, R2 et R3

Bons points - Outils

- CRM
- Email
- Autonomie Site Web et Landing page
- SEO

Mauvais points - Outils

- CRM
- Email
- Autonomie Site Web et Landing page
- SEO

QUALIOPi - Contrôles indicateurs (SCORING)

Indicateur 1 : — Meilleure compréhension de sa communication sur le DISC et Audit temps passé par tâche

Indicateur 2 : — Progression LinkedIn scoring

Indicateur 3 : — Nombre de posts partagés

Indicateur 4 : — Nombre de prises de contacts en base

Indicateur 5 : — Nombre de rendez-vous pris

Indicateur 6 : — Capacité à communiquer précisément l'état de ses opportunités business

Indicateur 7 : — Amélioration du taux de conversion d'un rendez-vous

Indicateur 8 : — Avis récolté suite à votre prestation

Indicateur 9 : — Nombre de partenaires en bases

Indicateur 10 : — Temps gagné avec l'utilisation d'outils digitaux

ENVOI DU COMPTE RENDU ET PROCHAINE ÉTAPE

Quelle est la prochaine action à mener sur ce prospect ? Planifiez-la maintenant et ajoutez-la à votre calendrier.

[Générateur de script de qualification gratuit](#) offert par [noCRM.io](#)