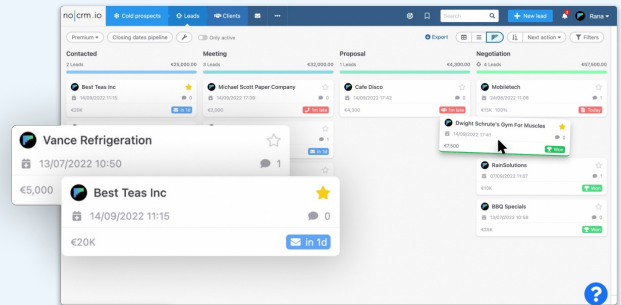


Script de vente pour les agences Web et Media

no|crm.io

Essayez le CRM n°1 pour les appels à froid et les équipes de prospection

- ✓ Un CRM facile à utiliser, pensé pour les commerciaux.
- ✓ Un CRM optimisé pour la prospection et les appels à froid
- ✓ Personnalisez votre script d'appel et utilisez-le directement depuis noCRM



Essai gratuit

En savoir plus

Personnalisez gratuitement ce script pour l'adapter à vos besoins.
[Cliquez ici pour modifier, supprimer ou ajouter des blocs à votre script.](#)

Bienvenue !

Bienvenue dans notre **script d'appel gratuit** pour **qualifier au mieux vos prospects** et gagner plus de clients !

Nous avons créé un **exemple de script téléphonique** dédié à la prospection en Agence Media / Web afin de vous aider dans la création d'un bon **argumentaire de vente** et pour n'oublier aucune information.

Vous pouvez suivre nos indications et personnalisez **votre script pour réussir vos appels à froid**, selon vos besoins : éditez les blocs déjà présents, ou supprimez et ajoutez d'autres blocs à l'aide du menu sur votre droite (*faites glisser les éléments que vous souhaitez indispensables à vos commerciaux*).

Introduction à votre appel :

- Bonjour, je m'appelle (**votre nom**) et je suis (**nom de votre poste + nom de votre agence**).

- **"Elevator Pitch" : (Description de l'agence)** Nous sommes spécialisés en (Type d'activités, ex: SEO/ SEA/ Growth/ Social, etc.) pour vous permettre de (Résultats ex : Générer X% de croissance/ générer des leads chaque mois / Augmenter votre trafic de, etc.)
- 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 !**

Information du contact : comprendre à qui on parle

Position — Quel est votre poste au sein de l'entreprise ?

Role — Quelles sont vos responsabilités ? Qui est responsable de la génération de leads ? Qui est impliqué dans le process de décision ?

Informations sur l'entreprise

Activité — Parlez-moi de votre entreprise

Taille de l'entreprise — Combien y a-t-il de salariés ?

1-9 10-49 50-249 +250

Produit / Service — Quel type de produit(s) ou de service(s) vendez-vous ?

Typologie de client — Qui sont vos clients ? Quelle(s) cible(s) visez-vous ? Qu'est ce qu'un prospect qualifié ?

Processus — Quelles sont vos étapes de vente ? Combien de temps vous faut-il pour signer un nouveau client ?

Avantages / Messages clés — Quels sont les points forts qui vous permettent de signer avec vos clients ? Les messages clés ?

CA réalisé — Quel est votre CA mensuel/ annuel ? Quel est l'objectif de cette année ?

Marketing activities

D'où viennent vos leads ? — Quelles sont les sources de vos leads ? les plus importantes ?

Qualification des leads — Comment qualifiez vous vos leads ? Qu'est ce qu'un MQL ? SQL ?

Nombre de leads/ mois — Combien de leads sur 3/6 mois ?

Actions marketing — Quelles sont vos actions marketing actuelles et futures ?

Résultats/ canaux — Quels sont les canaux que vous avez testés/ Résultats par canaux?

Objectifs / Kpis — Quels sont vos objectifs ? vos Kpis ?

Tracking — Comment trackez-vous la réussite ?

Motivations / Needs

Description du besoin — Pourquoi souhaitez-vous tester des nouvelles campagnes ? Quels sont vos objectifs ?

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

Solutions en place — Qu'est-ce que vous utilisez actuellement ?

Bons points

- Bon site web / landing pages
- Bon message axé sur les forces
- Statistiques en place
- Outils marketing en place
- Industrie
- Budget

Mauvais points

- Pas décisionnaire
- Pas de budget défini
- Trop tôt, pas de market fit
- Marché instable
- Marché trop concurrentiel

Budget / Timing

Priorité — Quelles sont les campagnes prioritaires ? Offres à promouvoir ? Délais ?

Budget — Quel est le budget estimé par campagne ?

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

Concurrence — Cherchez-vous d'autres solution ? Lesquelles ?

Prochaine étape — Définir la prochaine étape