

# Mémo Prise de Contact



## 1. Lors d'un contact entrant :

L'objectif principal est d'être à l'écoute, de comprendre et de répondre aux attentes du client de manière claire et organisée.

Pour structurer efficacement un échange avec un client, la méthode CERC est particulièrement recommandée. Elle se compose de quatre étapes clés :

- Contact : Établir un premier contact chaleureux, saluer, se présenter et créer un climat de confiance
- Écoute : Écouter activement le client, recueillir ses besoins, poser des questions ouvertes et pertinentes, puis reformuler pour s'assurer de bien comprendre
- Réponse : Apporter une réponse claire, adaptée aux attentes, en argumentant et en proposant des solutions
- Conclusion : Vérifier la satisfaction du client, proposer un suivi ou une action concrète (comme un rendez-vous), et conclure poliment

En complément, la méthode CRAC peut venir structurer plus précisément la phase de compréhension et de réponse aux besoins :

- Creuser : Poser des questions ciblées pour approfondir les besoins, motivations et objections
- Reformuler : Résumer les attentes avec ses propres mots pour valider la compréhension
- Argumenter : Proposer des arguments adaptés et valoriser les solutions
- Contrôler : Vérifier la satisfaction et préparer l'étape suivante, comme la prise de rendez-vous

Ces deux méthodes vous aideront à offrir une expérience client professionnelle, efficace et chaleureuse, notamment dans le cadre d'échanges téléphoniques.

## 2. Lors d'un contact sortant :

Vous êtes à l'initiative de la démarche. Il est donc essentiel de structurer votre discours pour capter l'attention, susciter l'intérêt et obtenir un résultat.

La méthode **CROC** est un acronyme qui désigne une approche de vente efficace, souvent utilisée dans le cadre de la prospection et de la relation client. Chaque lettre de l'acronyme représente une étape ou un principe clé à suivre pour maximiser l'impact des interactions avec les clients.

La méthode CROC (Contact, Raison, Objectif, Conclusion) vous aide à organiser cet échange :

- Contact : commencez par vous présenter clairement,
- Raison : expliquez brièvement pourquoi vous appelez ou contactez,
- Objectif : indiquez ce que vous souhaitez obtenir (prise de rendez-vous, présentation d'offre, etc.),
- Conclusion : terminez en proposant une action concrète (rendez-vous, envoi d'informations) et remerciez votre interlocuteur.

Par ailleurs, dans toutes vos communications, orales ou écrites, il est utile de structurer vos messages commerciaux selon la méthode AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action). Cette méthode vous guide pour :

- Attirer l'attention dès les premières secondes ou mots,
- Susciter l'intérêt en présentant un avantage ou bénéfice concret,
- Créer le désir en montrant en quoi votre produit ou service répond aux besoins du client,
- Inciter à l'action en invitant le client à passer à l'étape suivante (commande, rendez-vous, demande d'informations).

Ce processus permet de capter progressivement l'intérêt du client et le conduit à acheter.