

Téléphone : faites sauter les barrages !

■ Le téléphone est un outil indispensable à toutes les démarches commerciales ■ Mais les filtrages sont de plus en plus fréquents ■ Et les assistantes rompues à l'art de la dissuasion ■ Heureusement, les barrages ne sont pas insurmontables ■ Voici cinq techniques pour les contourner.

On ne peut pas le déranger, rappelez plus tard ! » La tonalité retentit : fin de l'entretien. Encore une fois, on vient de vous raccrocher au nez. Depuis plusieurs jours, vous essayez de joindre ce prospect qui peut vous faire décrocher un contrat en or. Mais, visiblement, son assistante fait barrage. La poisse ! « Cela arrive quatre fois sur dix », note un télévendeur. « Aux Etats-Unis, on a une chance sur quatre d'avoir un décideur directement au téléphone, contre une chance sur vingt en France », rappelle Sophie de Menthon, PDG de Multilignes Conseil et experte en téléphonie d'entreprise. Pourquoi une telle différence ? « On considère, là-bas,

qu'une nouvelle affaire sur trois est apportée par quelqu'un que l'on ne connaît pas. »

En France, il faut bien le reconnaître, les commerciaux en quête de prospects, les enquêteurs à la recherche d'informations ou les téléacteurs spécialisés dans la prise de rendez-vous sont considérés avant tout comme des gêneurs. Il faut donc s'en débarrasser au plus vite. Pour parvenir à leurs fins et parler directement à un interlocuteur, ces professionnels doivent recourir quotidiennement à certaines astuces. Quelles sont celles qui fonctionnent ? Comment ne pas abuser de ces subterfuges ? Panorama des techniques utilisées par les pros du téléphone.

1^{re} techni

Mettre l'assistante dans sa poche

C'est votre objectif prioritaire. Le barrage, c'est l'assistante. Bras droit du décideur, c'est elle aussi qui peut débloquer les situations. Il est donc indispensable de la mettre dans sa poche.

> **Introduisez un sourire dans votre appel.** Le sourire se perçoit très bien au téléphone, vous diront tous les professionnels du télémarketing. « Il faut toujours rester cordial, affirme un téléconseiller. Placer un sourire et de la chaleur dans votre voix permet de susciter une écoute positive. »

> **Demandez-lui de vous aider.** S'enquérir de l'objet de votre appel fait partie des attributions de l'assistante. Ne dites jamais : « C'est personnel » ou « Je préfère lui en parler directement », mais « Vous allez sûrement pouvoir m'aider à trouver le moment le plus opportun pour... ». Jouez sur un principe bien connu : le fait de demander de l'aide à quelqu'un est toujours valorisant pour cette personne.

> **Créez une relation de sympathie.** Essayez, au fil de vos appels d'approche, de faire valoir ce

que vous avez à proposer auprès de l'assistante. En la convainquant de l'intérêt de votre offre, vous pouvez espérer la voir plaider votre cause auprès de son patron. Le meilleur moyen de créer ce terrain favorable ? Un classique : « Faites-la rire ou sourire », conseille Eric Hignard, directeur associé de SOS Phoning, un cabinet de télémarketing.

> **N'en faites pas trop.** Le sourire passe bien au téléphone, l'hypocrisie, aussi. Montrez que vous reconnaissez l'importance de votre interlocutrice. Mais « pas la peine d'en rajouter dans les compliments. Votre démarche serait

> Savoir reconnaître un barrage

Malgré une courtoisie de rigueur, vous pouvez être sûr que

l'on vous mène en bateau si :

▶ **on vous met en attente plus de cinq minutes** sans vous tenir au courant des avancées de la recherche. On attend en fait que vous raccrochiez ;

▶ **à chaque appel, on vous demande systématiquement**

de « rappeler plus tard » ;

▶ **les questions que l'on vous pose sont « pointues »**, comme si l'on cherchait à vous soutirer le plus d'informations possible pour vous contrer avec des arguments précis ;

▶ **on vous éconduit tout en vous « cuisinant »** afin de connaître vos produits, d'obtenir l'information la plus complète possible, sans vous passer votre interlocuteur



PHOTOS : ISABELLE LEVY



CALL PARTNERS « Il ne faut jamais mentir, mais on peut enjoliver... »

LAURENT HURÉ, TÉLÉCONSEILLER

- **ACTIVITÉ : société de conseil en télémarketing**
- **EFFECTIFS : 15 salariés**
- **CA : 5,3 MF**

Laurent Huré (34 ans) est spécialiste de la prise de rendez-vous par téléphone. Il travaille chez Call Partners depuis 1997. De 50 à 60 appels par jour, 800 rendez-vous obtenus dans les trois dernières années... Franchir ou contourner les barrages, c'est son pain quotidien.

Un atout : la réactivité.
« On ne ment jamais, mais on biaise parfois, souligne-t-il. On sous-entend

une connivence supérieure à ce qu'elle est réellement. La meilleure technique ? Rebondir sur chaque objection : "Envoyer de la documentation ? Pourquoi ne m'accorderiez-vous pas plutôt deux ou trois minutes afin que je vous explique de quoi il s'agit" ; "Il est en réunion ? Quand puis-je le recontacter ?" ; "Rappeler plus tard ? Bien sûr, vers quelle heure ?". Respectez les consignes que l'on vous indique. Ça vous donne un certain ascendant et il faut tenir compte de ce qui se passe à l'autre bout du fil. La personne a ses propres contraintes ou dit peut-être juste la vérité. »

perçue comme trop intéressée », poursuit Eric Hignard.

> **Soyez persuasif.** Plus le barrage est ferme, plus il y a de chances pour que l'assistante soit chargée par la personne avec qui elle travaille, non seulement de filtrer, mais aussi de repérer au passage les propositions les plus intéressantes. « Ma secrétaire garde toutes les offres qu'on lui présente par téléphone, raconte la présidente d'une société. Et lorsque nous organisons une réception, par exemple, elle peut me dire : "On devrait rappeler tel fournisseur, il avait l'air intéressant, ce serait l'occasion de voir ce qu'il a vraiment à nous proposer." Je me fie toujours à son jugement. »

> **Mettez toutes les chances de votre côté.** Il est souvent plus facile de s'entendre avec une personne de sexe opposé. Jeu classique de la séduction. Si le barrage est féminin et que vous êtes une femme, demandez plutôt à un collègue d'appeler, et vice versa.

2^e technic

Répondre à toutes les objections

Si, malgré tous vos efforts, l'assistante demeure inflexible, différentes possibilités s'offrent encore à vous. La première : vous affrontez la situation et vous argumentez.

> **Contournez l'objection du temps.** Si la secrétaire vous dit à propos de son patron : « Il n'a pas le temps » ou « Elle n'est pas là », ripostez aussitôt, selon la bonne vieille tactique du contournement. Répondez : « Quel est le meilleur moment pour le joindre ? », ou « Prenons un rendez-vous de principe que nous confirmerons ultérieurement. »

> **Si l'on vous demande d'envoyer un courrier...** Lorsque l'on vous dit : « Envoyez une lettre », demandez « Je ne pourrais pas plutôt envoyer un fax – ou, mieux encore, un e-mail –, ce sera plus rapide ». Autre riposte : « Je vous l'ai adressé il y a dix jours... » A

condition de l'avoir fait, et l'objection tombe d'elle-même.

> **Une plaquette ? Ne dites pas oui trop vite.** Quand on vous dit : « Faites-moi parvenir une plaquette », répondez que vous n'en avez pas ou demandez à venir la présenter en personne ! Autre bon plan : donnez l'adresse de votre site web, si vous en avez un. Vous économiserez un document et du temps. Après huit jours, votre interlocuteur aura eu le temps d'aller sur internet si votre produit l'intéresse, et vous pourrez le relancer.

> **Cherchez un interlocuteur « de repli ».** Si l'on vous dit : « Il ne prend pas les appels », déviez la conversation... et votre recherche. Indiquez que vous voulez « connaître le nom de la personne susceptible de s'intéresser à [votre] produit ».

> **Pas de projet ? Prenez date !** Lorsque l'on vous dit : « Notre projet d'achat a été différé », essayez de connaître cette nouvelle échéance. Notez-la, et rappelez à ce moment-là. Même si c'est trois ou six mois plus tard, faites-le, conseille un spécialiste du marketing téléphonique. Vous disposez ainsi d'une information stratégique d'avance sur vos concurrents : la date à laquelle on portera le plus d'attention à votre proposition et donc où vous aurez le plus de chances d'être écouté attentivement.

> **Intéressez-vous aux autres besoins de votre client.** Lorsque l'on vous dit : « Je n'en ai pas besoin », acquiescez. « Je vous comprends très bien, mais quels sont vos besoins précis en la matière ? » Et essayez d'obtenir des informations complémentaires. Le prospect ne veut pas de vos photocopies ? Soit. Mais « savoir combien de photocopies sont réalisées chaque jour dans ses locaux vous permettra d'estimer ses besoins de consommables », insiste Eric Hignard.

> **Pas intéressé ? Demandez les raisons.** Si l'on vous répond que « Mme ou M. Untel n'est pas intéressé », remerciez pour cette information et demandez des précisions, comme : « A-t-il énon-



Téléphone : faites sauter les barrages !

Quand quelqu'un s'obstine dans son refus : faites-lui peur ! C'est un bon moyen de le faire craquer...

bourse demain »! C'est un refus à peine déguisé. Demandez plutôt à quel moment il vous est possible de rappeler.

3^e technique

Pratiquer la guerre psychologique

Malgré le répondant dont vous avez fait preuve, le barrage tient toujours? Voici quelques arguments de poids pour essayer de le faire définitivement céder, quitte à frapper plus fort.

> Insistez... à bon escient !

Lorsque vous avez respecté la procédure que l'on vous avait indiquée (envoyer un courrier, par exemple), vous pouvez vous permettre de vous faire plus pressant(e). « Lorsque je téléphone, après avoir envoyé la plaquette demandée, ou bien en respectant bien la date et l'heure fixées, je rappelle que l'on m'avait prié de procéder ainsi. C'est en général suffisant pour faire céder le barrage, raconte Laurent Huré (voir l'encadré page précédente). L'assistante ne peut plus raccrocher, puisque c'est elle qui m'a donné la consigne. »

> Faites-lui lâcher prise. Rentrer peu à peu dans les détails techniques permet de montrer à votre interlocutrice qu'elle n'a pas assez de réponses valables à opposer à des arguments ob-

JOUEZ-VOUS DES STANDARDS

Lorsque le numéro de téléphone de votre standard-cible se termine par 00, il est vraisemblable que le 01 correspond au numéro du président. Dans les grands groupes, remplacez les deux derniers chiffres de votre contact par un autre nombre, proche. Vous tomberez forcément sur quelqu'un

de la société.

Jouez l'étonné :

« Excusez-moi, je tentais de joindre telle personne, ce n'est pas ce numéro ? » Il y a de fortes chances pour que votre interlocuteur vous indique un numéro direct, voire transfère la communication, faisant sauter le barrage de l'intérieur.



«... cé quels sont les freins éventuels à ce projet? », conseille Sophie de Menthon. Ajoutez que vous avez de nouvelles informations à communiquer (références produits, conditions tarifaires, garanties, etc.). Dans le pire des cas, vous aurez des arguments pour vos tentatives ultérieures. Et si tout se passe bien, vous pourrez lancer très vite une nouvelle offensive.

> Ne laissez pas le prix être un obstacle. Faut-il donner ses tarifs à une secrétaire? Il vaut mieux l'éviter. Mais lorsqu'on vous dit : « Combien est-ce que ça coûte? », entrez dans le détail du prix, en expliquant les services qui l'accompagnent. Là encore, il s'agit de convaincre l'assistante, afin qu'elle puisse ensuite préconiser votre offre à son patron.

> Ne soyez pas naïf(ve). Lorsque l'on vous dit : « Nous vous rappellerons », n'en croyez rien! C'est le deuxième mensonge le plus répandu après... « Je te rem-

jectifs. Dépassée, elle est alors censée vous passer quelqu'un de plus compétent.

> Mettez la pression... avec courtoisie. Tentez de faire craquer votre « adversaire » en lui demandant si elle est prête à prendre la responsabilité d'empêcher tout contact avec votre « cible », alors que celle-ci peut avoir besoin de vous.

> Utilisez les armes de « dissuasion ». Si la personne s'obstine dans son refus, dites que vous confirmerez par fax à son directeur que l'on vous a dit qu'il ne souhaitait pas recevoir d'informations sur le sujet.

> Brandissez la menace voilée. A tenter avec précaution. N'attaquez pas frontalement la personne ou sa fonction, mais plutôt des points sensibles liés aux intérêts de l'entreprise. Par exemple : vos tarifs ont changé, vous devez en informer votre interlo-

cuteur pour qu'il paie le meilleur prix possible. On refuse de vous le passer ? « Par votre faute, votre entreprise risque de payer une facture trop élevée. »

4^e technique

Chercher à entrer « par la fenêtre »

L'affrontement peut s'avérer inefficace face à certaines assistantes qui se complaisent dans le rôle du dragon. Dans ce cas, biaisez et optez pour la tactique du contournement.

> Changez d'heure. Certains horaires sont plus propices que d'autres pour joindre directement la personne que vous cherchez à contacter : ce sont ceux pendant lesquels sa secrétaire n'est pas là. Il y a une forte probabilité pour que le directeur de service prenne alors directement ses appels. Tentez votre chance dès 7h30 (et avant 9 heures), puis à partir de 17h30.

> Testez un autre interlocuteur. Ne cherchez pas systématiquement à obtenir un contact avec la personne la plus élevée dans la hiérarchie. Elle est sans doute entourée d'un adjoint, d'un conseiller ou d'un bras droit pour l'aider à prendre ses décisions et qui est plus accessible.

> Contactez le secrétariat du PDG. Joignez le secrétariat de la direction. Souvent plus facile à atteindre que votre cible : les commerciaux ayant généralement peur d'appeler le top management, celui-ci est moins enclin à s'entourer de cerbères. Certes, on ne vous passera pas le « grand patron », mais on vous orientera

Cultivez votre sens de l'à-propos

Lorsque l'on vous dit...

- « Il n'a pas le temps » ou « Elle n'est pas là »
- « Il ne prend pas les appels »
- « Je n'en ai pas besoin »
- « Mme ou M. Untel n'est pas intéressé »
- « Combien est-ce que ça coûte ? »
- « Envoyez un courrier »
- « Envoyez une plaquette »
- « Faites-nous parvenir un dossier ! »
- « Notre projet d'achat a été différé »
- « On vous rappellera »

Répondez...

- « Quels sont vos besoins précis en la matière ? »
- « Je préfère vous faire parvenir un fax ou un e-mail »
- « Le tarif comprend... »
- « Quand comptez-vous le relancer ? »
- « Quel est le meilleur moment pour le joindre ? »
- « C'est déjà fait »
- « A-t-il (elle) évoqué les raisons de ses réticences ? »
- « Quand puis-je vous recontacter ? »
- « Je n'en ai pas »
- « Qui d'autre s'intéresse à ce type de produit ? »

Téléphone : faites sauter les barrages !

PRORISK « La clé, c'est de rassurer l'assistante pour pouvoir discuter sur le mode de la confiance »

MURIEL MOREAU, CONSEILLÈRE COMMERCIALE

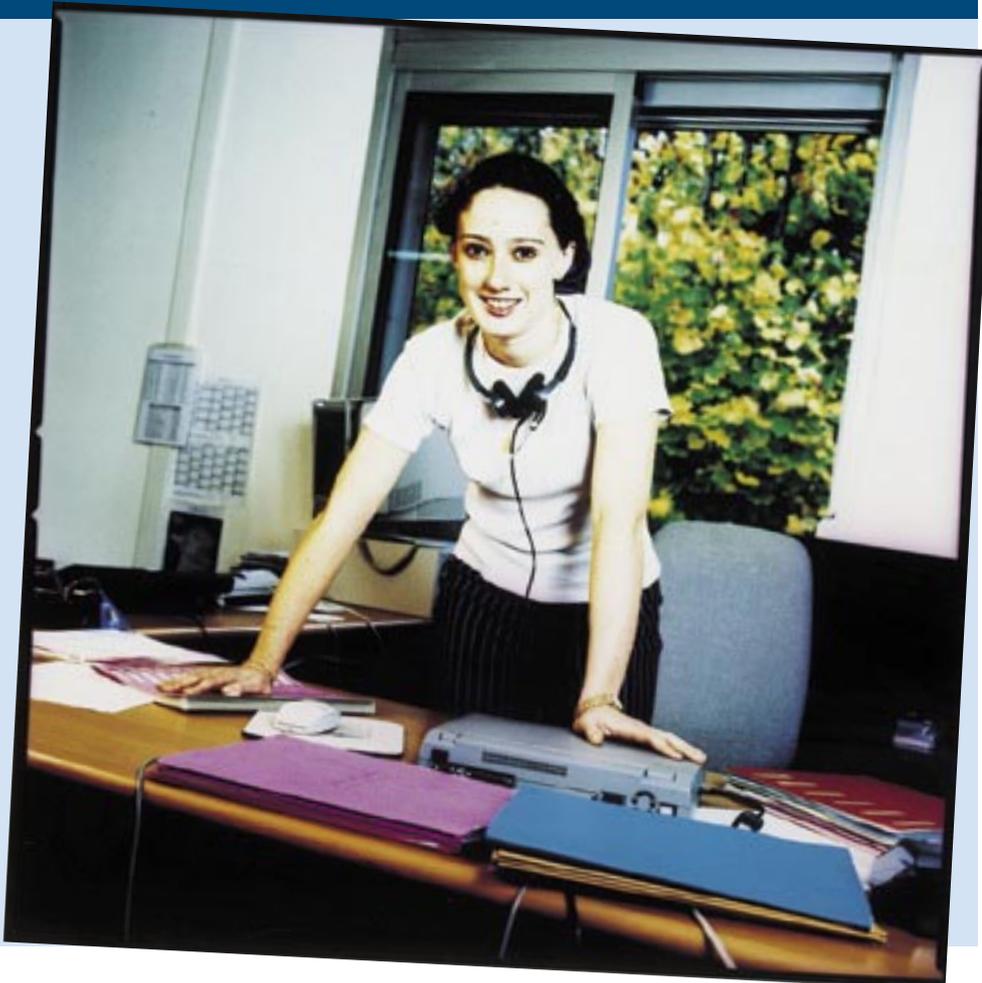
■ **ACTIVITÉ : vente à distance de matériel de santé de premier secours**

■ **EFFECTIFS : 22 salariés**

■ **CA : 24 MF**

Valoriser l'assistante et jouer la carte du conseil, voilà des éléments toujours payants », affirme Muriel Moreau, forte de son expérience de pro de la vente à distance. « Un mot gentil sur la qualité de son accueil, une marque de connaissance de l'entreprise... N'hésitez pas, si vous le pouvez, à utiliser un peu de jargon de l'entreprise ou à parler d'autres sites avec lesquels vous avez déjà travaillé. Votre interlocutrice n'est plus en terrain inconnu, elle n'en sera que plus attentive. »

I Créer une proximité. « Ajoutez un zeste de convivialité, en lui parlant de la chaleur de son accent, par exemple, avant d'exposer clairement vos besoins et de l'impliquer. Remerciez-la pour sa collaboration en glissant : "Je compte sur vous..." Vous obtiendrez plus facilement les informations sur les possibles disponibilités de votre cible, voire sa ligne directe. »



► dans l'entreprise et cela vous permettra de glisser en phrase d'introduction : « Mme Unetelle, l'assistante de M. Machin, m'a donné vos coordonnées... »

> **Recommandez-vous d'un tiers.** Trouvez le client, le fournisseur ou le prestataire que vous avez en commun avec l'entreprise et recommandez-vous de lui. Ce sera peut-être l'information qui vous distinguera dans la masse des appels traités.

> **Camoufflez votre motif.** Vous appelez pour un autre motif que le motif réel : pour acheter quelque chose si vous êtes identifié comme vendeur, pour demander un conseil si vous voulez vous faire embaucher, etc. Venez-en à la vraie raison de votre appel pendant la discussion.

5^e technique

Recourir aux petits mensonges

Faut-il mentir pour arriver à ses fins ? Pour Manuel Jacquinet, directeur de Colorado, l'école du télémarketing, il y a une « chance » sur deux d'être découvert. Tout dépend donc de l'enjeu.

> **Privilégiez toujours la transparence.** Pour certains, le mensonge est à proscrire. André Naud, fondateur et PDG d'Intégration, société de télémarketing (9 salariés, 1 million de francs de CA), affirme : « L'honnêteté paie toujours. A contrario, la ruse peut mettre votre interlocuteur de mauvais poil. On ne vérifiera qu'une fois sur dix ce que vous dites ? Certes, mais si

vous êtes découvert, l'image de l'entreprise en sera ternie. »

> **Jouez sur les sous-entendus.** Laissez entendre que vous connaissez l'interlocuteur avec qui vous souhaitez parler : d'un ton décidé et sûr, appelez-le par son prénom et son nom plutôt que par sa fonction.

> **Embellissez les choses.** Faites croire que vous avez déjà été en contact : « Lors de mon dernier contact, on m'a demandé de rappeler. » Tout le monde aura oublié que ce contact était un simple courrier et que vous n'avez eu personne en ligne.

> **Appuyez-vous sur un réseau.** Prétendez que vous organisez la soirée de gala des anciens élèves de l'école de votre inter-

locuteur ou du club auquel il appartient. « Un pari risqué mais payant, admet Manuel Jacquinet. Si le jeu en vaut vraiment la chandelle, n'hésitez pas. » Il sera toujours temps de prétendre que c'est la difficulté à joindre votre interlocuteur qui vous a poussé à prendre quelques libertés avec la réalité.

> **Prenez une autre identité.** Faites-vous passer pour votre propre assistant. Jouez sur le côté confraternel avec l'assistante de votre interlocuteur. Assumez ensuite votre mensonge en arguant que l'on vous aurait mal compris ou en assurant que, désormais, vous gérez personnellement le dossier...

SÉBASTIEN PIERROT