

Réussir une campagne de téléprospection : 5 astuces à tester absolument

Le phoning est l'un des moyens de prospection les plus utilisés par les entreprises. Une campagne de téléprospection peut vite faire évoluer les chiffres des ventes d'une société. Il n'en demeure pas moins que votre campagne peut échouer si vous n'êtes pas bien préparé. Afin de vous aider, voici 5 astuces efficaces pour réussir votre campagne de téléprospection.

Ne manquez aucune occasion de mettre à jour votre base de données

Vous savez sans doute que la création d'une **base de données de prospects** est une étape primordiale dans la préparation d'une campagne de téléprospection. D'ailleurs, si vous avez encore du mal à franchir cette étape, vous pouvez faire appel à un service professionnel comme celui proposé par JobPhoning, une plateforme utilisée par les indépendants et qui propose également des **fichiers de prospection B2B** adaptés à la téléprospection.

De plus, lorsque votre campagne de phoning est lancée, vous devez renseigner votre base de données après chaque appel. Les nouvelles informations qui sont susceptibles d'y être ajoutées sont :

- Le **nom** et la **ligne téléphonique directe** des nouveaux prospects ;
- La date du dernier contact avec le prospect ;
- **Les disponibilités** de vos prospects ;
- La **date** à laquelle vous souhaitez faire une **relance**...

Ces informations sont d'une grande importance. Elles vous permettent d'être méthodique et de suivre efficacement l'évolution des actions que vous menez.



Assurez-vous toujours d'être en contact avec la bonne personne

Pour **optimiser le rendement** de votre campagne de téléprospection, il est indispensable de mettre tout en œuvre pour vous adresser directement à vos prospects. Vous devez passer le barrage de la secrétaire. Pour cela, lors de votre appel, après une brève phase de salutation, demandez à votre interlocuteur si c'est bien lui votre prospect. Si oui, assurez-vous qu'il soit disponible avant de lui faire découvrir la raison de votre appel. **Si votre prospect n'est pas disponible, prenez un rendez-vous pour le rappeler sans pour autant lui mettre la pression.**

Accompagnez chaque appel par un mail personnalisé

Lorsque la présentation de votre produit ou de votre service à un prospect est terminée, pensez à lui envoyer un mail personnalisé. Cela a pour but d'inciter chacun de vos potentiels clients à vouloir en savoir plus sur votre offre. Le contenu, le titre et le design de votre mail doivent donc être les plus attractifs possible. Le cas échéant, votre mail risque de finir dans la corbeille. Pour qu'il puisse éveiller la curiosité du lecteur, **le mail doit être court et facile à comprendre**. Il est également conseillé d'utiliser une phrase d'accroche en début.

Recontactez les prospects en cas de nécessité

Lorsque vous appelez un prospect, celui-ci peut ne pas être disponible et vous fixera **un rendez-vous**. S'il ne le fait pas, c'est à vous de le lui proposer de manière intelligente. Vous devez ensuite **respecter la date et l'heure** à laquelle votre interlocuteur sera disponible pour le rappeler. C'est justement pour cela qu'il est important de mentionner les **dates de relance** dans la base de données prospects.

Examinez les résultats de la première semaine de campagne

Lorsque vous lancez votre campagne de téléprospection, vous devez nécessairement définir une phase de test. Généralement, il s'agit de la première semaine d'appel. Suite à la phase de test, pensez à analyser les résultats obtenus de manière détaillée. Cela vous permettra de savoir s'il y a des modifications à apporter à votre méthode. Les modifications peuvent concerner les heures d'appel, et la durée des

présentations par exemple. Ainsi, vous pourrez **vous adapter à votre public cible** et **améliorer les résultats**.

Vous l'aurez sans doute compris, la prospection téléphonique ne peut être efficace que si l'on arrive à impressionner le prospect lors de la discussion. L'accompagnement de spécialistes du marketing par téléphone vous aidera à mieux utiliser ce levier pour la croissance de votre entreprise.