

GOPRO

LE RECRUTEMENT ORGANIQUE BY ASSENTIS

Séance 3 : Faire un suivi et aider vos prospects à passer à l'action. Transformer l'intérêt en action
Animée par Bernard CUCHET

COMPÉTENCE 4

FAIRE UN SUIVI DE SES PROSPECTS



En MLM, on dit que la réussite (la fortune) **réside dans le suivi.**

Rappelez-vous l'importance de toujours **positionner un nouveau rdv** (aussi bien pour l'activité commerciale que pour l'activité de recrutement).

Concept 1 : Tenir ses engagements

Faire ce que vous avez dit que vous feriez !

Le respect des engagements (à commencer par la ponctualité) sont essentiels.

Le respect du temps d'autrui est fondamental

C'est la base de toute relation professionnelle durable et de confiance.



Concept 2 : Un entretien prépare le suivant

Ne pas terminer un rdv en demandant ce que la personne a pensé ?

Demandez plutôt **les 3 points positifs qu'il a desselé dans cette opportunité** ou « **Qu'avez-vous aimé ?** »

Tel ou tel produit
spécifique de la gamme

Le modèle
entrepreneurial du MLM

L'avantage de faire partie
d'un réseau et des outils

La diversité

La liberté financière

La liberté / l'entrepreneuriat

La complémentarité avec
votre métier actuel

En fonction de sa réponse, vous orienterez le prochain RDV



Concept 2 : Un entretien prépare le suivant

Partir du général pour creuser le particulier.

Creuser le produit / les outils / le business plan / le potentiel client en travaillant avec lui sa liste de noms.
Il faut donc construire un process de recrutement / tunnel de vente **(R1 / R2 / R3 / R4)**.

Il est possible de demander sur une échelle de **1 à 10**



*(1 correspond à un aucun intérêt et 10 le désir de se lancer, où vous situez-vous ?)

Si la réponse est **supérieure à 1**, cela sous-entend que votre prospect **manifeste un certain intérêt**.

Une fois que vous avez le chiffre, demandez-vous **comment** vous pouvez l'aider à faire à accroître son intérêt.

Généralement sa réponse ira dans le sens de sa réponse précédente sur ce qu'il a le plus aimé dans cette opportunité.

Toujours caler le prochain RDV de suivi !! Sinon, le processus de recrutement prendra sans doute fin.

Concept 3 : 4 à 6 entretiens pour convaincre

Le chiffre clé

4 à 6

entretiens nécessaires pour que le prospect moyen s'engage.

La démarche des professionnels

Les professionnels comprennent cela ⇒ leur but est donc d'**éduquer leur prospect à chaque entrevue un peu plus**. Avec un entretien unique, il est difficile de bien renseigner. Il faut donc travailler son process.

À chaque entrevue, les liens se tissent toujours un peu plus, renforçant l'amitié ⇒ **sentiment indispensable** pour aider par la suite un prospect vers la réussite.

Concept 4 : Concentrer les entretiens pour de meilleurs résultats

Les poseurs

Font un entretien puis abandonnent.

Les amateurs

Ont plusieurs entretiens avec un prospect, s'échelonnant sur une longue période de temps.

Les professionnels

Condensent ces entretiens sur une période la plus courte possible.

Par exemple, si dans votre tunnel, vous avez prévu 3 rdv :

R1

Présentation assez générale et voir si intérêt (> 1)

R2

Détail spécifique sur le ou les points que le prospect a bien aimé et sur lequel vous souhaitez insister.

R3

Présentation d'un BP par exemple + travail sur la primo liste pour aider le prospect à se projeter.

R4

Prise de décision.

Tout ceci pouvant ou devant être concentré sur 2 semaines max.



Questions et Objections

Elles sont naturelles et légitimes et très bonnes. Cela démontre un intérêt pour le sujet.

Ni sur la défensive

Vous semez le doute dans l'esprit de votre prospect.

Ni dans l'agressivité

Vous le ferez fuir ; et il aura raison.

La bonne attitude

Quand un prospect pose une question négative ou soulève une objection, cela vous permet d'identifier l'une de ses inquiétudes et d'y répondre.

Croyances limitantes en ses habilités

Les objections, pour notre activité, peuvent être de trois natures :

■ Doute sur ses capacités

Le prospect a un doute sur ses propres capacités à réussir.

■ Doute sur la prospection

Le prospect a un doute sur le fait de trouver des futurs clients / futurs filleuls. La formation (coût et durée) initiale et l'apprentissage de ce nouveau métier.

■ Rejet du modèle entrepreneurial

Le prospect a un rejet ou des inquiétudes sur notre modèle entrepreneurial.

Faites preuve **d'empathie**. Montrer ou démontrer à votre prospect que ses inquiétudes étaient les vôtres aussi. Vous avez (peut-être) eu les mêmes doutes, les mêmes inquiétudes, les mêmes croyances limitantes et vous les avez surmontés. C'est **votre histoire** ou celle d'autres membres du réseau qui aideront vos prospects à se projeter.

Tactique du « sentez / ressenti / découvert »

Je sais comment vous vous *sentez*, j'ai ressenti la même chose, et voilà ce que j'ai découvert.

Croyances limitantes en ses habilités

Tant qu'on n'a pas essayé, on ne peut pas savoir si on va y arriver. Les meilleurs le sentent de suite, les moins bons nourrissent un doute. **Et c'est très sain !!**

Moi aussi, j'ai eu ce doute, même si je sais que je peux faire mieux que ce que je fais aujourd'hui, je vois bien que ce métier est **[porteur / adapté / accessible]**.

Prenez le temps de **travailler avec votre prospect un début de liste de noms.**

Croyances limitantes sur le modèle MLM d'Assentis

On rencontre de moins en moins cette objection car ce modèle d'entreprise se développe fortement pour une raison simple :

Bien monté, bien calibré, c'est le modèle d'entreprise le meilleur (ou le moins imparfait).

Comment fonctionne la redistribution ?

Bien expliquer que c'est **Assentis** qui se coupe d'une fraction de sa marge pour redistribuer au réseau (groupement de courtier / Coopérative de courtiers).

Un modèle en plein essor

Ce modèle d'entreprise se développe fortement. Il est de mieux en mieux compris et accepté par les prospects qui y voient une véritable opportunité entrepreneuriale.



Compétence 5 : Aider vos prospects à devenir clients ou mandataires.

Pour certains prospects, après plusieurs présentations d'opportunités et rdv, votre prospect qui a tout pour se lancer, hésite encore ou procrastine. **La clé du succès dans ce domaine est une combinaison de bonne attitude et de bonnes questions.**

Bonne attitude

Une bonne attitude découle de la façon dont vous vous comportez. Vos paroles et vos gestes aideront votre prospect à se sentir confiant de se lancer dans l'aventure dans votre organisation. Positionnez-vous comme un expert, offreur d'une opportunité unique, et non demandeur de faveurs.

Une fois qu'on a délivré les informations, il faut accepter le silence pour permettre au prospect de parler et de se livrer. **Savoir écouter !**

« J'ouvre en ce moment l'ouverture de mon organisation à de nouveaux talents/ profils à qui je vais consacrer du temps pour découvrir et démarrer cette opportunité »

La technique des pro :

1

Détachement émotionnel
Être détaché du résultat sur le plan émotionnel

2

Grande assurance
Ils font preuve d'une grande assurance tant ils sont convaincus que notre opportunité est singulière

3

Auto-promotion
Ils se promeuvent comme ils font la promotion de leur métier

4

Toujours prêts
Ils sont toujours prêts

5

Écoute active
Ils posent des questions mais savent surtout écouter ! Et retenir

Questions utiles pour aider vos prospects :

- ☐ Cette opportunité professionnelle (simple ou double activité) a-t-elle un sens pour vous ? Répond-elle partiellement ou totalement à vos aspirations ? Qu'avez-vous le plus aimé, quel aspect de cette opportunité est le plus singulier ?

Si vous souhaitez que votre prospect est prêt, mûr pour nous rejoindre, posez 4 questions :

1 Revenus souhaités

En vous basant sur ce que vous avez vu, et en fonction du temps que vous souhaitez y consacrer (temps plein ou partiel), combien souhaiteriez-vous gagner approximativement ?

2 Heures disponibles

Combien d'heures pourriez-vous consacrer chaque semaine au développement de votre entreprise pour générer ces revenus ? (Permet de mesurer son organisation et motivation)

3 Durée d'engagement

Pour quelqu'un en double activité, combien de temps êtes-vous prêt à travailler ce rythme-là afin de générer ces revenus ? (Permet de réfléchir sur le niveau d'engagement)

4 Question de clôture

Si je vous montre comment développer une entreprise qui génère **XX revenus**, en travaillant **XX heure semaine** et sur une durée de **XX mois**, seriez-vous prêt à vous engager ?

Merci.