



## La prospection par téléphone : un outil ciblé puissant.

*Interview d'Yves Jacob, Directeur de Pur Conseil, cabinet spécialisé en prospection téléphonique.*

**H.L.** : Yves, tu es spécialisé dans l'amélioration de la prospection téléphonique. Peux-tu nous expliquer ta vision de « l'outil téléphone » du point de vue commercial ?



**Yves Jacob,**  
Membre actif des DCF  
depuis 2001 (dont Président  
des DCF PARIS 2009-2010)  
yvesjacob@purconseil.fr

**Y.J.** : Parmi les outils de prospection commerciale, et comparé en particulier aux mailings et e-mailings tant pratiqués par « facilité »..., le téléphone ne présente que des avantages ! C'est le plus direct, le plus rapide, le plus souple, le plus instructif, et le plus... humain !

*En revanche c'est celui qui demande le plus d'implication (on se retrouve directement au feu, en première ligne), et c'est donc celui qui fait le plus peur !*

*Il est vrai que réussir à entrer en relation avec « un inconnu qui ne nous attendait pas », exige de respecter des règles d'expression simples mais précises et incontournables, tant au niveau des maillons intermédiaires (Standard, Collaboratrice) qu'à celui de l'interlocuteur-cible lui-même : c'est un métier !*

**H.L.** : Tu supposes donc l'importance de la préparation dans toute stratégie de prospection téléphonique. Peux-tu développer ?

**Y.J.** : Il y a une règle absolue en prospection téléphonique (pour laquelle nous ne disposons que des mots et de la voix pour s'assurer d'une écoute sereine et attentive) : on ne peut pas se permettre d'improviser !!!

*Le téléphone est un outil de communication « d'aveugle à aveugle », ouvrant naturellement la porte à l'imaginaire et aux fantasmes... Hélas, ce que nous aurons projeté sur notre interlocuteur invisible (de par la société dans laquelle il travaille, de par sa fonction, de par son nom, de par sa voix) nous conduira à « adapter à chaud notre discours » de manière non pertinente puisqu'évidemment notre propre imaginaire sera très loin de sa vraie réalité... Globalement, le téléphone est donc source de cafouillages, donc de rejet !*

*C'est pourquoi l'efficacité au téléphone passe par ce formidable refuge qu'est le script télémarketing, véritable scénario parfaitement structuré, hiérarchisé et calibré (tel un sketch de one man show), qu'il nous reste à interpréter de façon à transformer un argumentaire commercial en « conversation spontanée et naturelle » : c'est tout l'art du télémarketing ! Dans cet art, la préparation et la répétition avant de monter sur scène sont des gages de succès.*

**H.L.** : Certaines entreprises confient leur prospection à leurs Commerciaux. Que penses-tu d'une telle approche ?

**Y.J.** : Il ne s'agit pas du même métier !

*Le plaisir du Commercial est de se trouver face à un prospect pour argumenter son offre, échanger, négocier puis tenter de signer...*

*La prospection téléphonique a pour finalité d'asseoir le Commercial face à un prospect qualifié, lui déroulant ainsi un tapis rouge.*

*Il y a donc une grande différence d'approche entre « frapper à la porte téléphonique d'un inconnu qui ne nous attendait pas » et se faire accueillir par ce même inconnu à une date de rendez-vous convenue !*

*Prospecter nécessite une formation à l'outil téléphone pour en comprendre les règles, la vocation et les limites. De plus, on ne prospecte pas « dès qu'on a 5 minutes de libre » !! Tout comme pour un jogging, la prospection demande une préparation psychologique, une organisation matérielle, et quelques tours de rodage avant de se sentir bien ! Ainsi, des plages de 2 heures en immersion totale sont les plus efficaces.*

*Forts de ces idées, nous étonnerons-nous de constater que les Commerciaux ont « toujours mieux à faire que de téléphoner »... ?*

*J'ajouterai que s'il me paraît positif qu'un Commercial se frotte à la prospection téléphonique pour en mesurer (donc respecter) la complexité ainsi que l'énergie nécessaire préalable à son rendez-vous, d'un point de vue économique la question peut se poser...*



A travers PurConseil, Yves JACOB intervient sur l'amélioration de la prospection téléphonique, selon un choix de 3 niveaux d'intervention :

- Formation de vos équipes à l'efficacité au téléphone
- Création & test du script télémarketing, puis transmission à vos équipes dédiées
- Prise en charge personnelle de votre prospection téléphonique (en temps partagé)

Pour plus d'informations : [www.purconseil.fr](http://www.purconseil.fr)

H.L. : La prospection téléphonique est souvent confiée à des centres d'appel qui déshumanisent cet outil commercial. Quelle est ta vision de ces entreprises ?

Y.J. : Bien sûr, il ne serait pas sérieux de généraliser... Néanmoins je pose la question : préférez-vous manger un poulet de batterie, nourri aux farines et n'ayant jamais vu ni le jour ni une prairie, ou un bon poulet fermier ?

Certes, dès qu'il s'agit de faire du volume, le plateau télémarketing est incontournable. Hélas le modèle économique de ces structures (poussées parfois jusqu'à s'installer dans de lointains pays) ne me semble pas compatible avec la notion de qualité. Les nombreux appels reçus par chacun d'entre nous à domicile nous le démontrent : politesse oubliée, grosses ficelles éculées, insinances déplacées, énervements intempestifs, monologues robotisés...

Que de travail à faire encore pour offrir à ces Téléacteurs des conditions de préparation et de travail favorables à une relation saine et agréable avec leurs fichiers de prospects !

H.L. : Quelle place la prospection par téléphone peut-elle occuper face à l'emailing ?

Y.J. : A mon sens, le principe de l'e-mailing est celui de la bouteille à la mer : espérer qu'elle va bien finir par échouer sur une plage, que quelqu'un va la remarquer parmi tous les objets amenés par les mêmes courants, qu'il va avoir la curiosité de l'ouvrir pour lire le message, et qu'enfin il aura envie d'y répondre...

Téléphoner dans la foulée en s'appuyant sur cet envoi n'apporte en général strictement rien de plus, puisque le message n'a pas même pas été lu...

Ma recommandation est donc de commencer par téléphoner pour entrer en relation avec mon interlocuteur : il y a de fortes chances qu'il demande alors de lui envoyer un mail de présentation, mais, dans ce cas, lorsque je le rappellerai dans un délai convenu : je suis ainsi sûr qu'il l'aura étudié !



## ➤ Rejoignez l'équipe rédactionnelle de Tribu !

- **Connectez-vous à IRIS**  
Passerelle d'information et d'échange  
Espace dédié aux adhérents DCF
- **Remplissez votre profil et les mots clés**  
Rendez vous joignable (profil)  
Référenciez votre expertise (mots clés)
- **Echangez avec la Fédération et le réseau**  
Proposez des thématiques  
Créez des liens avec des DCF
- **Participez au rédactionnel de Tribu**  
Mettez en avant votre expertise  
Faites vous interviewer
- **Retrouvez votre expertise sur le site DCF**  
Profitez du référencement DCF  
Faites vous connaître et reconnaître



➔ [federation@dcf-france.fr](mailto:federation@dcf-france.fr)