Fiche mémo · Leçon 18 · 39 min

# Commercial et relation client : préparer un rendez-vous, relancer, répondre à un appel d'offres

Un commercial gagne surtout du temps avant et après le rendez-vous. ChatGPT prépare une fiche du prospect à partir de son site, structure le compte rendu pour le CRM, écrit trois relances après un devis et fait une première lecture d'un règlement de consultation. Les prix, les remises et la décision restent à vous, et chaque source s'ouvre avant usage.

## Objectifs

- Préparer un rendez-vous à partir du site et des publications du prospect, sources vérifiées
- Écrire trois relances après devis et une réponse à une objection de prix sans remise non validée
- Repérer les dates, les pièces et les critères d'un règlement de consultation en vingt minutes

## À retenir

- La fiche du prospect se fait avec la recherche sur le web, et chaque source s'ouvre avant le rendez-vous.
- Dans un compte rendu, ce qui n'a pas été dit s'écrit « non abordé » : rien ne se déduit.
- Trois relances, trois raisons d'écrire, programmées le jour de l'envoi du devis.
- Le prix, la remise et la décision viennent de vous ; ChatGPT les formule, il ne les fixe pas.
- Marges, remises par client et export du CRM restent hors de ChatGPT.

## Préparer un rendez-vous en vingt minutes

1. **Le site et les publications** — Recherche sur le web, sources citées
2. **La fiche du prospect** — Activité, taille, actualité, interlocuteurs par fonction
3. **Les besoins probables** — Trois hypothèses à confirmer, pas des certitudes
4. **Les questions de découverte** — Dix questions ouvertes, classées
5. **La page à emporter** — Imprimée ou sur le téléphone

La recherche sur le web fait le premier tri ; vous ouvrez chaque lien avant de vous en servir.

## Les demandes à recopier

**Demande à recopier** La fiche du prospect avant un premier rendez-vous

```
Rôle : tu es commercial dans une PME de [votre activité, par exemple nettoyage industriel] de [nombre] salariés, qui travaille en [votre zone].
Contexte : j'ai un premier rendez-vous le [date] avec [fonction de l'interlocuteur, par exemple le responsable des services généraux] de [nom de l'entreprise prospect, ville, site internet]. Nous vendons [vos prestations en une phrase]. Je ne connais de cette entreprise que son site.
Tâche : avec la recherche sur le web, fais la fiche de cette entreprise : activité, taille et effectif, implantations, actualité des douze derniers mois (recrutements, nouveaux sites, investissements, publications de l'entreprise), et ce qui pourrait concerner nos prestations. N'invente rien : si une information n'est pas trouvée, écris « non trouvé ».
Format : une page, cinq rubriques à puces, un lien sous chaque information, puis trois besoins probables présentés comme des hypothèses à vérifier pendant le rendez-vous.
```

**Note :** Le nom de l'entreprise prospect est une information publique ; celui de votre interlocuteur reste hors de la demande, sa fonction suffit.

**Demande à recopier** Les questions de découverte

```
Rôle : tu es un commercial expérimenté en vente de [vos prestations] à des entreprises de [secteur du prospect].
Contexte : voici la fiche du prospect préparée plus haut : [collez la fiche]. Le rendez-vous dure [durée] avec [fonction de l'interlocuteur]. Mon objectif : [par exemple obtenir une visite des locaux pour chiffrer].
Tâche : propose dix questions ouvertes pour comprendre la situation actuelle, ce qui ne va pas, qui décide, le budget et l'échéance. Écarte toute question dont la réponse figure déjà sur le site.
Format : dix questions classées en quatre rubriques (situation, difficultés, décision, calendrier), une ligne chacune, puis la question à garder si le rendez-vous est écourté à dix minutes.
```

## Les erreurs fréquentes

| L'erreur, et pourquoi elle coûte | La correction |
|---|---|
| **Demander « un courriel commercial pour ce client » sans dire où en est la relation.** ChatGPT ne sait pas s'il écrit à un prospect, à un client fidèle, à un client parti ou à un client fâché. Il produit un texte de prospection passe-partout, que le client reconnaît tout de suite. | Dites l'étape dans le contexte : premier contact, après visite, après une réclamation, client parti depuis un an. Ajoutez le dernier échange réel, en une phrase. |
| **Laisser passer des références clients inventées dans une proposition : « nous équipons déjà plusieurs réseaux de la région ».** ChatGPT complète une proposition avec ce qui rassure habituellement un acheteur. Une référence fausse se vérifie d'un appel, et elle ruine la crédibilité de tout le document. | Donnez dans la demande la liste des références que vous avez le droit de citer, et écrivez : « aucune autre référence ». Relisez la proposition en cherchant chaque nom de client et chaque chiffre. |
| **Faire écrire la réponse à un client mécontent avant d'avoir établi les faits.** Sans faits, ChatGPT s'excuse pour une faute qui n'est peut-être pas la vôtre, ou promet une date de livraison au hasard. La réponse engage l'entreprise sur ce qu'elle ne sait pas encore. | Vérifiez d'abord dans la gestion commerciale ou auprès du magasin : ce qui s'est passé, la date de remplacement, le geste décidé. Donnez ces faits à ChatGPT, et lui seul formule. |
| **Envoyer à tous les visiteurs d'un salon le même courriel, produit par une seule demande.** Les visiteurs ont vu vingt stands ; un courriel générique ne leur rappelle rien et finit à la corbeille. Le travail fait sur les fiches est perdu. | Une ligne de contexte par visiteur, tirée de sa fiche, et une demande qui exige un élément précis de cette ligne dès la première phrase. Les noms s'ajoutent ensuite dans Outlook. |