

Vos « bonnes excuses » pour appeler

Le plan d'action présenté ci-dessus illustre des exemples typiques pour mener des actions commerciales, une fois la réponse remise. Vous pouvez puiser également dans la liste de questions ci-dessous des idées complémentaires pour appeler vos correspondants.

Attention ! Certaines idées sont toujours applicables, tandis que d'autres actions ne sont que parfois, voire jamais adaptées à votre contexte...

Voici une liste de motifs possibles pour établir le contact.

Questions	Toujours	Parfois	Jamais
Avez-vous reçu notre offre ?			
Quelles sont les prochaines étapes ?			
Avez-vous étudié l'offre, et si oui quelles sont vos premières impressions ?			
Comment l'offre se positionne-t-elle par rapport à l'ensemble des offres remises ?			
Trouvez-vous bien les réponses aux questions que vous vous posez ?			
Que pensez-vous de tel aspect de notre offre ? (un point fort, ou des objections prévisibles)			
Avons-nous besoin de clarifier quelque chose ?			
Voyez-vous des points devant être améliorés ?			
Y a-t-il des points qui resteront non résolus après votre sélection de fournisseur ?			
Est-ce que votre vision de la demande a évolué depuis la lecture des offres ?			
Voyez-vous quelque chose d'unique dans l'une des offres ?			
Invitations : <ul style="list-style-type: none">proposer une visite d'usine, d'un laboratoire, d'un site client ;proposer une présentation de votre offre, de vos produits et services.			