

63. Comment se passe un rendez-vous client ?

Vos outils de prospection sont en place, les premiers contacts ont été établis et des clients commencent à vouloir vous voir. C'est l'heure de vous déplacer chez eux.

Les premiers rendez-vous client sont toujours un épisode important de la carrière d'un free-lance. À moins d'avoir suivi une formation commerciale, un créatif n'est pas rodé à ce type d'exercice, ses débuts sont souvent source d'une certaine angoisse.

Il nous serait impossible de traiter en quelques pages tous les tenants et aboutissants de la démarche commerciale... Voici néanmoins quelques repères et conseils à même de vous aider dans vos premiers pas.

Le rendez-vous client, pourquoi ?

Vous déplacer chez le client pour discuter de son projet sert trois objectifs.

- **L'objectif « officiel »** est de discuter du projet. Le client vous exposera sa problématique, vous tenterez ensemble d'en éclaircir tous les détails, puis vous commencerez à lui proposer un début de solution.
- **L'objectif officieux** consiste pour le client à se faire une idée de vous. La plupart des gens aiment échanger directement avec quelqu'un pour pouvoir juger du niveau de confiance à lui accorder et évoluer, au-delà de ses compétences « sur le papier », celles exposées dans son book ou ses autres supports de prospection.
- **Le troisième objectif**, qu'oublient parfois certains free-lances, c'est de vous permettre, à vous, de jauger votre prospect. N'oubliez pas qu'une relation commerciale doit être équilibrée et que le client y aura aussi son rôle à jouer. N'hésitez donc pas à mettre à profit cette entrevue pour déterminer de votre côté le niveau de confiance à accorder à votre futur client.

Le projet

Pour mener à bien l'objectif officiel, préparez-vous un maximum. Révisez vos échanges et notes précédentes, renseignez-vous sur le client que vous allez voir (secteur d'activité, effectifs, clientèle, etc.) et préparez à l'avance toutes les questions qu'il vous reste à poser pour éclaircir les points encore flous du projet. Si possible, tenez-vous prêt à esquisser des solutions ou des recommandations qui montreront que vous êtes force d'expertise et de proposition.

Ne vous y trompez pas : un prestataire qui pose beaucoup de questions, c'est bon signe, et non l'inverse. Donner l'impression de vous être impliqué dans le projet de votre client est le meilleur message que vous puissiez lui envoyer à ce stade des choses.



LE TARIF

N'annoncez jamais, à la volée, de prix qui n'ait pas été mûrement réfléchi. Même si le client insiste pour obtenir un tarif sur le champ, un premier rendez-vous est en réalité rarement le lieu pour une offre chiffrée.

À l'issue de l'entrevue, expliquez au client que vous allez maintenant rassembler tous les détails du projet et revenir rapidement vers lui pour lui faire une offre détaillée. Une fois chez vous, vous pourrez établir votre devis sereinement.

Vous

Ne vous y trompez pas, lors de ce rendez-vous, **vous serez jugé**. C'est la réalité et vous n'y couperez pas. Là encore, mettez tous les atouts de votre côté.

- **Soyez professionnel**, c'est-à-dire ponctuel, courtois, précis dans vos gestes et vos paroles. Évitez de bafouiller, ayez confiance en vos compétences. C'est vous l'expert. On ne vous a pas appelé pour rien.
- **Soyez aimable et ouvert**. Adoptez une attitude engageante et souriante, qui ne soit pas obséquieuse pour autant. Si vous êtes de tempérament timide, voyez ce rendez-vous pour ce qu'il est : un jeu, une petite pièce de théâtre où chacun joue son rôle. Dédramatisez.

- **Sachez vous adapter** à tous types de clients, de contextes et de questions. Vous constaterez rapidement que chaque prospect et chaque entreprise a son ton, son ambiance et son langage propres. Certains vous mettront à l'aise immédiatement, d'autres joueront sur une distance intimidante, certains enfin vous tendront littéralement des pièges pour vous jauger. Vos capacités d'adaptation seront mises à rude épreuve lors de vos rendez-vous client. Autant vous y préparer.

Le client

Ce premier rendez-vous doit aussi être pour vous l'occasion de juger de la fiabilité et du sérieux de votre client ainsi que de son projet. N'oubliez pas qu'un client est un collaborateur, pas un patron. Une fois le devis signé, vous serez engagé avec lui pour le pire et le meilleur. Par conséquent, le client ne se privera pas de vous poser des questions, alors n'hésitez pas non plus à tenter subtilement d'en savoir plus sur ses méthodes de travail, sur son expérience, sur son entreprise.



LA RÈGLE D'OR

Tout indépendant jouissant de quelques années d'expérience sera d'accord pour vous le dire : s'il est une règle absolue que tout free-lance devrait respecter quoi qu'il arrive, c'est de **ne jamais travailler avec un client qui n'inspire pas confiance**.

Vous croiserez fatalement certains interlocuteurs ou projets que vous ne « sentirez » pas, des contacts qui, pour une raison plus ou moins mystérieuse, feront sonner de petites alarmes au fond de votre tête. Dans ces cas-là, écoutez-vous. Que l'incompatibilité vienne du client ou de vous-même, le résultat est le même : un projet accepté dans la crainte se passera toujours mal.

Il est parfois difficile de se résoudre à refuser un projet alors qu'on ne sait même pas pourquoi il nous met mal à l'aise. C'est pourtant un principe que, l'expérience aidant, vous aurez vous aussi tôt fait de suivre.