



> Gérer une entreprise > Vente & marketing > Relation clients

Gérer une entreprise

Social & RH

Recrutement

Rémunération

Vie dans l'entreprise

Licenciement / démission

Conflits / prud'hommes

Management

Leadership

Animation d'équipe

Efficacité personnelle

Travail en famille

Stratégie de l'entreprise

Vente & Marketing

Prospection commerciale

Techniques de négo

Relation clients

Marketing / pub

E-commerce / web

Relation clients

+ Le coup de fil de courtoisie

Désintéressé, juste pour mesurer le degré de satisfaction de votre client

L'Entreprise.com | Mis en ligne le 27/05/2003

Quel intérêt à contacter mon client si je n'ai rien de nouveau à lui vendre ? « Vous avez tout à y gagner, considère Michaël Aguilar, consultant commercial. Plus l'appel apparaît désintéressé et plus son impact se révèle fort. » Le but : prendre le client à contre-pied en se montrant attentif à sa satisfaction. Jusqu'au prochain coup de fil, tout du moins...

Celui où vous lui proposerez de venir lui présenter votre nouvelle gamme.

