



## FICHE SAVOIR COMMUNICATION/NÉGOCIATION

### Prendre contact en présentiel/à distance

Les premiers instants de la prise de contact que ce soit dans la e-relation, par téléphone ou en présentiel sont essentiels pour créer le lien avec son ou ses interlocuteurs de manière efficace.

En présentiel : le respect de la règle des 4 x 20 reste la garantie de la réussite des premiers instants.

#### 20 premières secondes :

Jugement inconscient  
Ressentis + ou -  
Première impression



#### 20 cm du visage :

Ouvert  
Détendu  
Regard franc

### LES 4 x 20

#### 20 premiers mots :

Bonjour !  
Voix assurée  
Accroche  
Focus auditeurs  
Se présenter



#### 20 premiers pas et gestes :

Assurance  
Droit et souple  
Ouvert  
Tenue soignée

Il suffira ensuite de créer une ambiance favorable, un climat de confiance chaleureux, provoquer l'intérêt pour rassurer.

À distance la prise de contact est inversée puisque c'est le prospect qui entre en contact le premier. Dans le cadre d'une stratégie omnicanale, le commercial doit gérer de multiples points de contacts, surveiller l'activité des acheteurs potentiels sur les réseaux sociaux pour entrer en contact avec eux.

AIDA est une technique marketing qui réunit les fondamentaux de la communication commerciale. Minutieusement appliquée, cette méthode est rapidement d'une efficacité redoutable y compris sur le web.



### ► Modèle AIDA et KPI's du Web analytics

Modèle AIDA	KPI's Du Web analytique
<b>Attention</b>	Nombre de visiteurs Nombre de premiers visiteurs vs visiteurs répéteurs
<b>Intérêt</b>	Nombre de visiteurs répéteurs Durée moyenne de la visite Nombre de visites moyennes par visiteur Pages les plus visitées Taux de rebond
<b>Désir</b>	Nombre de visites moyennes par visiteur Nombre moyen de pages vues par visiteur Pages les plus visitées Taux de rebond
<b>Action</b>	Taux de clics Taux de conversion