

Briser la glace en rendez-vous commercial

17 Écrit le : 03/06/2021

🕒 Temps de lecture : 2 min



Briser la glace est-il un passage obligé pour tout vendeur qui se respecte et quel **icebreaker** choisir pour optimiser vos chances en rendez-vous commercial ?

Briser la glace ne paraît pas évident pour toutes les personnalités, mais cela peut être d'une grande aide pour amorcer votre [découverte client](#) et **sonder votre interlocuteur**.

Faut-il vraiment briser la glace ?

Autant [les autres étapes d'un rendez-vous commercial](#) sont indispensables, autant savoir briser la glace peut parfois sembler superflu. Mais cela peut s'avérer utile dans certains cas...

Selon le contexte, **briser la glace** sera facultatif, mais imaginez-vous coincé avec votre prospect dans un ascenseur montant jusqu'à son bureau au 10^e étage... Vous serez bien content d'avoir lu cet article pour sortir une petite remarque bien placée et rompre le silence qui règne.

De plus, briser la glace vous permet indirectement de **prendre le lead** sur votre rendez-vous et montrer que vous êtes confiant et à l'aise. Ce court moment peut également vous servir à **capter l'attention** de votre futur client et faire bonne impression.

D'autres fois, vous aurez envie de détendre l'atmosphère via votre **icebreaker**.

Globalement, briser la glace peut placer dès le début un cadre propice à **l'échange et la négociation** ; et ce n'est pas une mauvaise chose.

Pour finir, briser la glace, sauf ratage monumental, ne fera jamais de mal et sera toujours a minima bénéfique pour le reste de votre entretien de vente.

Comment briser la glace facilement ?

Briser la glace est donc un passage presque obligé en début de rendez-vous commercial... Alors de quoi allez-vous parler à votre prospect ?

En réalité les choix sont divers et variés. Vous pouvez aborder des éléments "basiques" comme demander des **informations sur l'entreprise** que vous n'auriez pas trouvés lors de votre recherche.

Ou bien parler de l'actualité du **marché** de votre futur client pour montrer que vous êtes dans votre élément.

Le must du must (en français, le meilleur) serait d'aborder une connaissance ou un **point commun**, un business parallèle ou une similitude de projet. Non seulement cela engendre une conversation intéressante, constructive, mais booste votre crédibilité et déclenche un biais cognitif chez votre prospect : vous avez les mêmes idées alors il aura tendance à vous faire **confiance** plus facilement.

Si vous êtes du genre "sans filet" vous pouvez briser la glace en improvisant. Servez-vous des éléments autour de vous, observez son bureau, les locaux, que voyez-vous ?

Une dernière astuce... Même si ça n'est pas évident pour tout le monde, vous pouvez "jouer" à l'ignorant. Vous avez bien évidemment préparé votre entrevue et connaissez tous les secrets de l'entreprise ciblée ; et alors ? Posez des questions même si vous avez déjà la réponse !

Attention toutefois à ne pas vexer votre **potentiel client** en lui posant une question évidente ou presque rhétorique.

Quelques exemples pour briser la glace :

- Vos locaux sont vraiment sympathiques, vous avez fait appel à quel cabinet d'architecte ?
- Très impressionnant ce tableau de Monet, est-ce un vrai ?
- Vous avez comme moi, la photo de vos enfants sur le bureau, quel âge ont-ils ?
- Je vois à ce maillot de foot que vous êtes supporter du Bayern ?
- Nous avons une vingtaine de contacts en commun sur LinkedIn, comment se fait-il que l'on ne se soit pas rencontré plus tôt ?
- J'ai tapé involontairement avec ma portière dans la Porsche, connaissez-vous le propriétaire ?

Conclusion

Briser la glace, dans le milieu professionnel ou personnel peut parfois passer pour une corvée ou un moment déstabilisant, mais en réalité avec nos clés vous n'aurez aucune difficulté à vous en sortir...

Pour conclure, peu importe la manière dont vous comptez briser la glace face à votre prospect, le plus important, c'est de **rester professionnel** et de maximiser vos chances de vendre.

DÉCOUVREZ NOS LIVRES BLANCS ET GUIDES,

Pensés pour **VOUS**, écrits par **NOUS** !

