



Call Script

Appel prospect entrant





Pourquoi les appels découverte sont essentiels à ton bonheur. C'est ta chance de pré-qualifier ta clientèle !

Si tu gères actuellement ton activité de design sans passer par des appels découverte, tu ne te rends pas compte de ce que tu rates ! Intégrer un appel découverte dès le début de ton processus, c'est un véritable game-changer.

Quand tu reçois une demande via ton site web, par mail, par téléphone ou sur les réseaux sociaux, il manque toujours des infos essentielles pour savoir si ce projet est fait pour toi.

Cet appel est l'occasion idéale d'en savoir plus, mais aussi d'expliquer à ton prospect comment tu travailles, pour qu'il comprenne clairement à quoi s'attendre. Tu peux présenter ton fonctionnement, ton mode de tarification, poser ton cadre et établir les bonnes bases dès le départ.

C'est ton premier vrai contact avec un prospect chaud !
Tu vas aussi mieux cerner ses besoins, son budget, et sa personnalité.

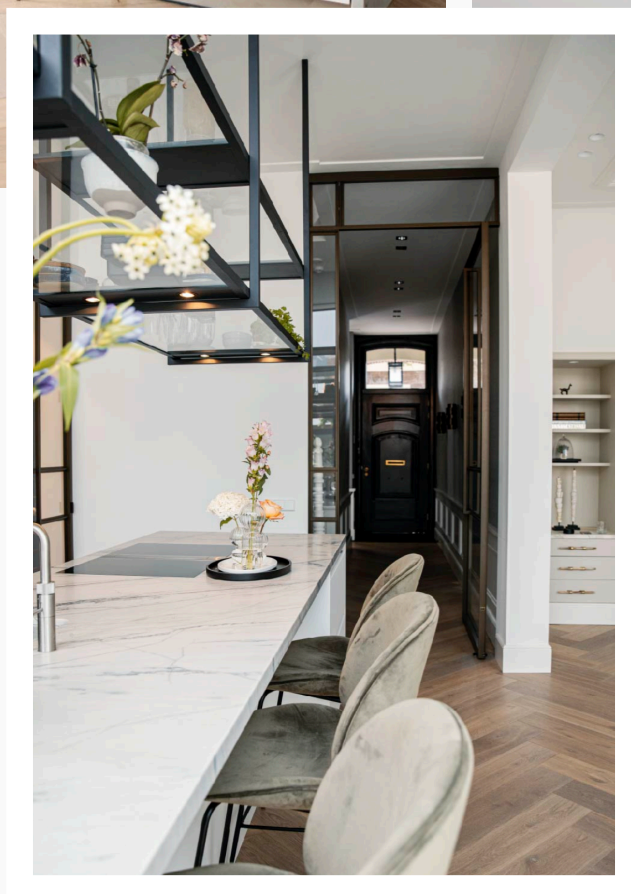
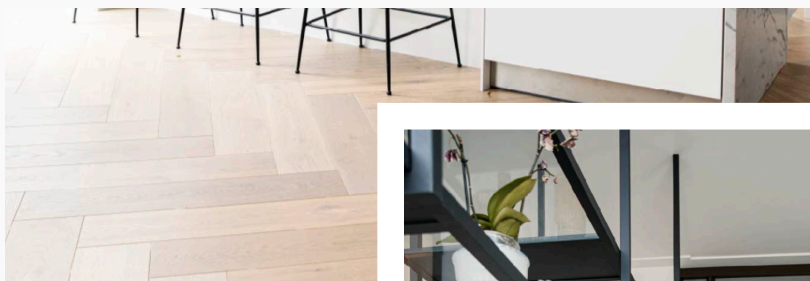
Accepter des projets qui ne te correspondent pas, c'est le meilleur moyen de vivre une mauvaise expérience, pour toi comme pour ton client.
L'appel découverte te permet justement de dire non aux projets qui n'ont pas le bon budget, la bonne envergure... ou le bon client.

Parce que non, tout le monde n'est pas forcément fait pour travailler avec toi — et c'est très bien comme ça !





L'appel



Comment te préparer à un appel découverte

Ce n'est pas une conversation à improviser !

Si quelqu'un t'appelle à l'improviste et que tu n'es pas prête à faire l'appel découverte, pas de panique. Dis-lui simplement que tu allais entrer en rendez-vous, mais que tu serais ravie de fixer un moment pour échanger tranquillement.

Prends toujours un rendez-vous précis pour discuter au téléphone, idéalement à un moment où tu es à ton bureau, au calme, et dispo pendant une bonne demi-heure. (On évite les appels en voiture !)

- ☐ Imprime cette fiche ou garde une version numérique à portée de main pour prendre des notes pendant l'appel.
- ☐ Appelle ton potentiel client à l'heure. (!)
- ☐ Avant de décrocher, souris (vraiment, ça s'entend dans la voix !) et donne-toi un petit boost d'énergie. (Genre, Miley Cyrus à fond les ballons ou une petite danse des canards)

Pendant l'appel

- ☐ Présente-toi avec le sourire :

« Bonjour [prénom], c'est [ton prénom] de [nom de ta société]. Merci pour votre message (appel etc) ! J'ai hâte d'en savoir plus sur votre projet. Dis-moi, comment avez-vous entendu parler de nous ? »
»Laisse-la répondre, sans l'interrompre — c'est précieux de savoir comment elle t'a découverte.

Selon sa réponse, adapte-toi :

- Un ami ? Dis quelque chose de sympa.
- Instagram ? Demande ce qui lui a plu.
- Une publication ? Demande ce qui l'a marquée.
- Elle ne sait plus ? Réponds : « Pas de souci, on aime juste savoir ce qui fonctionne »

- ☐ Puis, invite-la à parler :

« Vous voulez bien me raconter ce que vous imaginez pour votre projet ? »

Et là... tu écoutes. Sans interrompre. Et tu prends des notes !

Questions à poser pendant l'appel

☐ Avez-vous déjà travaillé avec un·e décorateur·rice ou architecte d'intérieur ?

(Cela te permet de savoir si c'est une première pour elle ou si elle connaît un peu le processus.)

! Si elle répond "Oui", mais que l'expérience a été mauvaise, creuse un peu. Ça peut être un signal d'alerte. !

☐ Qu'est-ce qui vous donne envie de travailler avec un(e) designer cette fois-ci ?

☐ Pourquoi avez-vous choisi de me contacter en particulier ?
(À poser uniquement si vous n'avez pas déjà eu cette information plus tôt dans la conversation.)

☐ Quel budget envisagez-vous pour ce projet ?

! Si le budget est très bas ou irréaliste, vous pouvez aider à recadrer les attentes en donnant un exemple concret de projet récent et son coût estimé.

Par exemple : « Nous venons de terminer une rénovation de cuisine qui a coûté environ xxx € TTC. » !

☐ Avez-vous une échéance ou un calendrier en tête ?

☐ Comment décririez-vous votre style en matière de décoration ou d'aménagement ?

☐ Avez-vous eu l'occasion de visiter notre site internet ? (Et si oui, y a-t-il un projet qui a retenu votre attention ?)

☐ Avez-vous consulté le PDF que nous vous avons envoyé concernant notre méthode de travail et notre grille tarifaire ? (Le cas échéant)

(C'est important car cela permet de savoir si ton prospect a déjà pris connaissance de ton fonctionnement. Si tu n'as pas encore de document de présentation, il est temps d'en créer un à envoyer systématiquement à chaque demande)

! Si la réponse est non, notez que vous devrez bien prendre le temps d'expliquer vos méthodes et vos tarifs. Ne supposez pas que tout le monde lit ses mails !

Astuce en plus

Si ton entreprise a une approche particulière ou une valeur qui te tient à cœur (par exemple : la durabilité, le bien-être à la maison, etc.), pense à poser une question qui te permettra de voir si ce sujet compte aussi pour ton interlocuteur.

Ça te positionne comme une vraie experte, et ça plante une petite graine dans son esprit : « ah oui, elle ne fait pas comme les autres ».

Et une fois que tu as récolté toutes ces précieuses infos, c'est le bon moment pour lui expliquer comment tu travailles et comment tu peux vraiment l'aider dans son projet.

Ce moment, c'est à propos de lui/elle — pas de toi !

“Souhaitez-vous que je vous explique un peu plus en détail notre façon de travailler ?”

À propos de nous

Crée ton propre pitch de présentation. Voici quelques questions et exemples pour t'inspirer.

☐ Explique ce que tu fais.

“Nous sommes une agence de design d'intérieur haut de gamme, spécialisée dans la rénovation et la décoration clé-en-main. Nous concevons, organisons, supervisons et livrons des intérieurs entièrement pensés pour nos clients, du premier croquis jusqu'à la révélation finale. Inutile de courir les boutiques ou de gérer les artisans : on s'occupe de tout, dans les moindres détails”

C'est à toi :

☐ Explique pourquoi tu es l'expert qu'il leur faut et partage tes points différenciateurs. (Deviens indispensable!)

“Je combine 12 ans d'expérience dans la finance avec une solide expertise en design d'intérieur. Mon agence travaille depuis 2018 sur des projets exigeants, souvent pour des familles expatriées, des entrepreneurs ou des cadres dirigeants. Nous collaborons avec un réseau fiable d'artisans européens sélectionnés pour leur savoir-faire et leur sérieux.”

C'est à toi :

“Notre méthode unique, le Dutch Flow, allie structure, écoute et créativité. Elle permet à nos clients de se sentir chez eux, même à l'étranger, dans des espaces à la fois élégants, chaleureux et fonctionnels. Et parce que chaque geste compte, nous privilégions des matériaux durables, des circuits courts et des solutions responsables dès que possible.”

C'est à toi :

À propos de nous (suite)

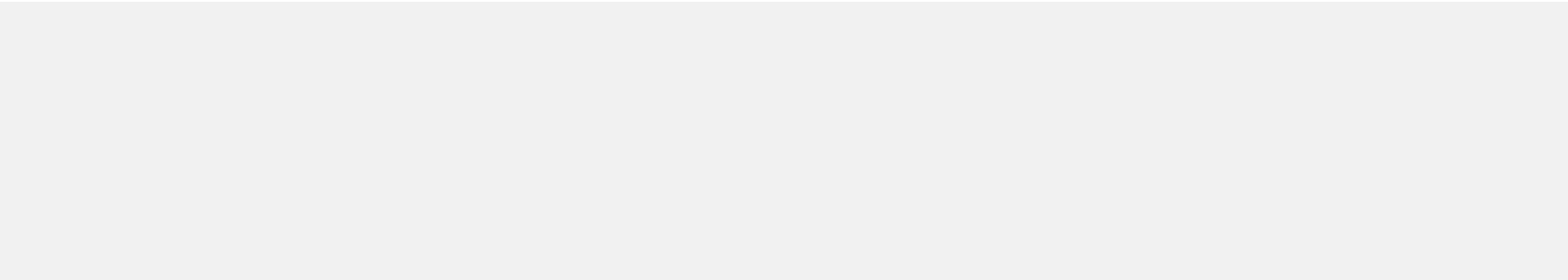
- ☐ Explique comment fonctionnent tes honoraires de design. (par exemple : « Nous proposons un tarif fixe en 3 phases »)

« Nous proposons un accompagnement en 3 phases avec des honoraires fixes/par m2/par heure/par prestation.... Nous commençons par la Phase 1 : La Consultation, où les premières idées émergent et où nous clarifions ensemble le périmètre du projet.

La Phase 2 est celle du Design : c'est là que la magie opère ! Le concept est développé, les éléments sont sélectionnés, et tout est présenté au client.

Enfin, la Phase 3 : Mise en œuvre du projet. C'est à ce moment que les commandes sont passées et que nous coordonnons l'ensemble du chantier jusqu'à la révélation finale, digne d'un épisode de décoration à la télévision. »

C'est à toi :



- ☐ Demande s'ils ont des questions...
(Par exemple : "Avez-vous des questions à ce stade ?")

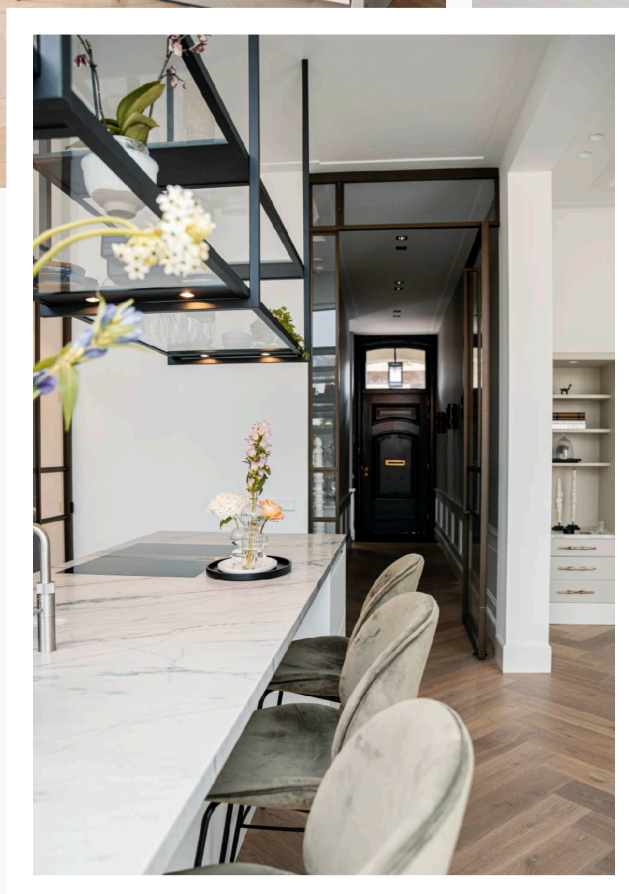
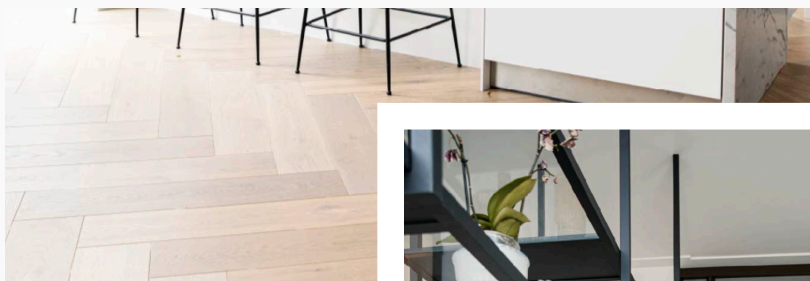
Prochaines étapes :

- ☐ Organiser une visite-conseil ou un rendez-vous devis pour découvrir l'espace en personne.
- ☐ Si vous souhaitez avancer, fixons ensemble une date pour la Visite Conseil / Le rendez-vous Devis (ou proposez de leur envoyer vos disponibilités par email).





Après l'appel



Après l'appel

- ☐ Envoi un email de remerciement au client potentiel pour son appel et son temps, en lui proposant de fixer une date..
- ☐ Une fois la date du rendez-vous confirmée, envoi une confirmation par email à l'avance en y joignant des informations sur la façon de se préparer à la consultation (CONSEIL : crée un document de marque !).

BONUS : s'il s'agit d'une Visite Conseil ou d'un rendez-vous devis payant, demande toujours le paiement au moins 24 heures à l'avance (avant ton arrivée au domicile du client).

POURQUOI ?

Vous n'aurez plus à demander de l'argent ou à attendre le « bon moment » pour le faire.

Elle garantit que vous serez payé pour votre temps et vos connaissances à CHAQUE FOIS.

Drapeaux rouges

Mon meilleur conseil est de suivre ton instinct ! L'instinct ne ment jamais...

Voici quelques exemples de signaux d'alarme qui m'indiquent que ce n'est pas le bon client pour moi.

-  "J'ai travaillé avec douze designers dans le passé et ils étaient tous incompetents."
-  "Mon mari est radin ; je vais devoir lui faire passer ça en douce."
-  "Je vais gérer nos rendez-vous seul(e) et relayer vos propositions de mon côté"
-  " Je sais que nous sommes en novembre, mais il faut que toute la maison soit terminée à temps pour Noël."
-  "J'aimerais être votre assistante pendant le projet ; j'ai toujours voulu être une designer"
-  "J'ai déjà fait des rénovations sans designer et j'ai vraiment apprécié le processus mais cette fois-ci, je pense que c'est trop pour moi."

Êtes-vous prêt à faire passer votre expérience client au niveau supérieur ? Si c'est le cas,

venez jeter un coup d'œil aux possibilités de [coaching Décopreneurs](https://www.decopreneurs.com). Mon expertise au service de ton entreprise

Notes



À ton succès !