SAKIRA

TUTORIEL 23

Préparer un rendez-vous client en une page

© SAKIRA

© SAKIRA. Reproduction et diffusion interdites sans accord écrit.
SAKIRA SAS · 6 rue d'Armaille, 75017 Paris · SIREN 108 493 933

TUTORIEL 23 · NIVEAU DÉBUTANT

Préparer un rendez-vous client en une page

Avant un rendez-vous, vous avez trois courriels à relire et dix minutes. Une IA peut vous en tirer une page : où en est la relation, ce que le client a écrit, quoi lui demander. Encore faut-il lui donner les bons courriels, et relire la page contre eux.

La règle à respecter

Ne collez que ce que le client pourrait lire lui-même : les courriels échangés avec lui, ses documents, vos propositions envoyées. Les erreurs habituelles : un courriel interne transféré en bas d'un message, le commentaire d'un collègue sur l'humeur du client, la remise accordée à un autre client, votre marge sur ce compte. Même résumé, elles ressortent dans la page. Si une information interne doit figurer sur la page, ajoutez-la à la main après, sur la version que vous gardez pour vous.

AVANT DE COMMENCER

Il vous faut

Outlook avec vos derniers échanges avec le client, ChatGPT (ou un autre assistant d'IA), et le rendez-vous dans votre agenda.

Résultat

Une page à lire en deux minutes, avec ce que le client a écrit lui-même, séparé de ce que l'IA en déduit, et trois questions à poser.

01 Choisir ce que vous collez

Ouvrez les deux ou trois derniers échanges avec ce client : courriels reçus de lui, courriels que vous lui avez envoyés. Posez-vous une seule question pour chacun : le client pourrait-il lire ce texte sans problème ? Si oui, copiez-le. Si le courriel contient plus bas une conversation interne transférée, ne copiez que la partie écrite au client.

Retirez les signatures, les numéros de téléphone et les adresses. L'IA n'en a pas besoin.

GARDE-FOU

Vérifiez la fin de chaque courriel avant de le copier : un message transféré à un collègue emporte souvent à sa suite les échanges internes. Si une phrase vous fait penser « il ne faudrait pas que le client lise ça », elle reste dans Outlook.

02 Dire ce que vous voulez obtenir

Écrivez en une phrase ce que vous voulez quand le rendez-vous se termine : une signature, une date, un accord écrit. Sans cette phrase, la page résume tout et ne sert à rien. Par exemple : « Obtenir l'accord écrit pour l'intervention du 8 au 12 décembre, et présenter notre proposition de maintenance mensuelle pour l'atelier 1. »

© SAKIRA. Reproduction et diffusion interdites sans accord écrit. · sakira.fr
SAKIRA SAS · 6 rue d'Armaille, 75017 Paris · SIREN 108 493 933

03 Coller la consigne et les courriels

Ouvrez une nouvelle conversation dans ChatGPT. Collez la consigne ci-dessous, remplacez les deux crochets par votre phrase de l'étape 02 et par les courriels, chacun précédé de sa date et de son auteur (client ou vous).

À COPIER

```
Tu prépares un rendez-vous client pour un dirigeant qui y va dans une heure. Écris une seule page, en français, à lire en deux minutes. Les courriels ci-dessous sont les seuls éléments dont tu disposes : n'utilise rien d'autre.

Structure de la page :
1. Où en est la relation : trois lignes au plus, uniquement ce que disent les courriels.
2. Ce que le client a demandé ou écrit lui-même : une puce par point, avec la date du courriel entre parenthèses.
3. Ce que tu déduis : une puce par déduction, précédée de « Déduction : ». Ce que le client n'a pas écrit ne va jamais dans la partie 2.
4. Trois questions à poser pendant le rendez-vous.
5. Ce que je veux obtenir à la fin du rendez-vous, reformulé en une phrase.
Commence directement par la partie 1. Aucun compliment, aucune phrase de conclusion.
Écris en texte simple, sans astérisques ni dièses, avec des tirets pour les listes.

Ce que je veux obtenir : [écrire ici votre phrase]

Courriels : [coller ici les courriels]
```

© SAKIRA. Reproduction et diffusion interdites sans accord écrit. · sakira.fr
SAKIRA SAS · 6 rue d'Armaille, 75017 Paris · SIREN 108 493 933

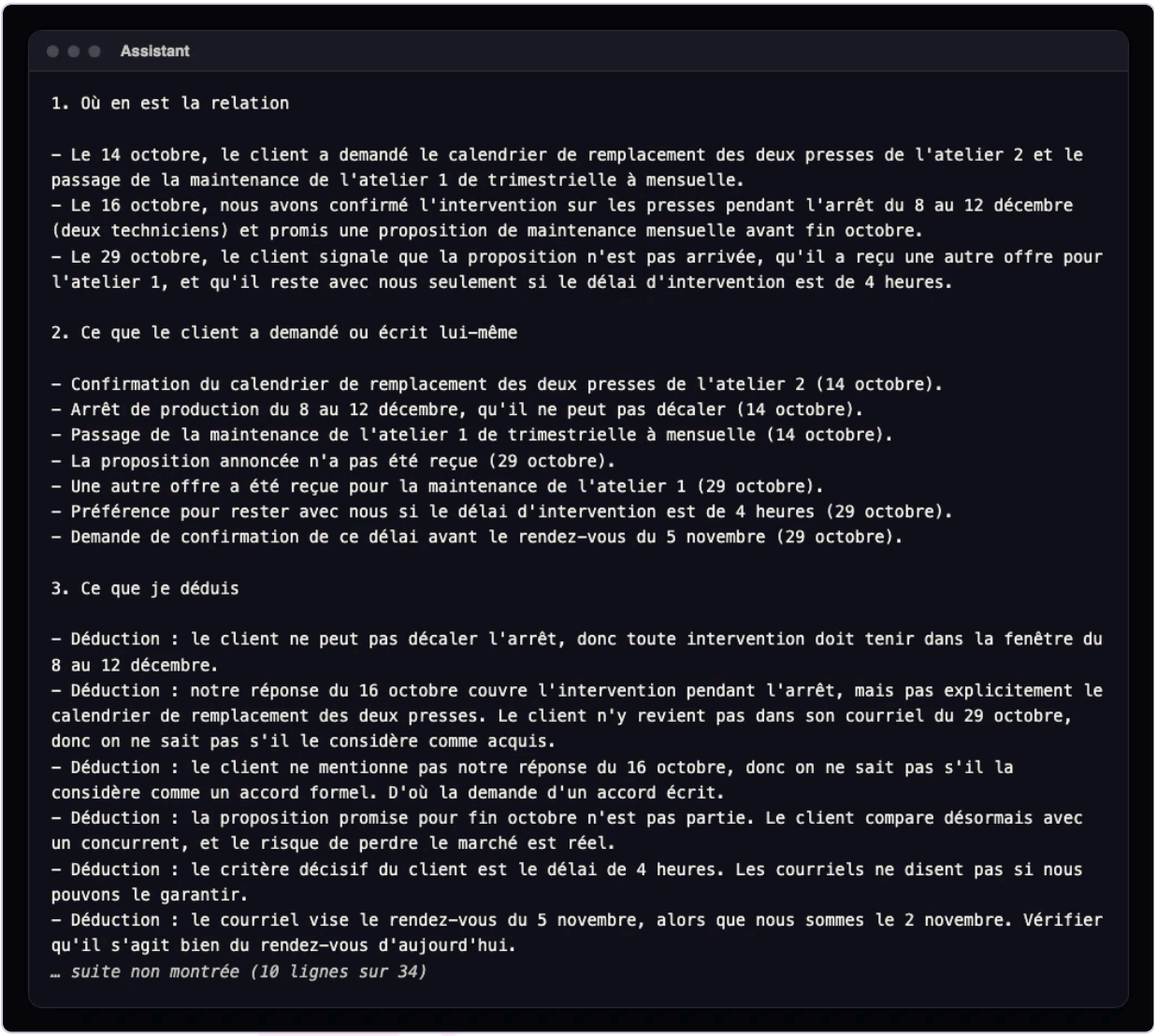


Figure 1. La page obtenue sur trois courriels d'exemple : la partie 2 reprend les demandes du client avec leur date, la partie 3 sépare les déductions.

La partie 2 est celle sur laquelle vous pouvez vous appuyer devant le client : chaque puce renvoie à un courriel daté. La partie 3 est l'avis de l'IA, pas un fait.

> **GARDE-FOU**
> Une déduction peut sonner comme une certitude. Dans l'exemple, l'IA écrit que « le risque de perdre le marché est réel » : le client n'a rien écrit de tel, il a seulement dit qu'il préférait rester si le délai est de 4 heures. Elle ajoute aussi « nous sommes le 2 novembre », une date que les courriels ne donnent nulle part. Gardez les déductions qui vous parlent, effacez les autres, et ne les présentez jamais au client comme ses propres propos.

04 Relire la page contre les courriels

Reprenez la partie 2 et retrouvez chaque puce dans le courriel de la date indiquée. Une puce que vous ne retrouvez pas est une invention : barrez-la. Faites la même chose avec la partie 1 et avec les trois questions : l'IA y glisse parfois un fait ou une date que les courriels ne contiennent pas. Contrôlez aussi

© SAKIRA. Reproduction et diffusion interdites sans accord écrit. · sakira.fr
SAKIRA SAS · 6 rue d'Armaille, 75017 Paris · SIREN 108 493 933

les dates et les chiffres (jours, heures, nombre de techniciens) : ce sont eux que le client relèvera si vous vous trompez.

05 Garder la page pour vous

Imprimez la page, ou collez-la dans un courriel adressé à vous seul, ou dans vos notes personnelles. Ajoutez à la main, au stylo, ce qui reste interne : votre marge de manœuvre, ce que votre équipe pense du dossier.

> **GARDE-FOU**
> Ne collez pas la page dans la description de l'invitation Outlook. L'invitation part chez le client avec tous les participants, et il lirait vos déductions.

Qui fait quoi

L'IA fait	Vous faites
Résume les courriels que vous lui donnez	Choisissez ce que vous lui donnez, selon ce que le client pourrait lire
Sépare ce que le client a écrit de ce qu'elle déduit	Retrouvez chaque point dans le courriel daté
Propose trois questions	Gardez celles qui servent votre objectif
Ne connaît ni votre marge ni votre stratégie	Ajoutez à la main ce qui reste interne

Ce que ce guide ne fait pas

Il ne remplace pas la connaissance que vous avez du client : l'IA ne lit que les courriels que vous lui donnez, et elle ne sait pas ce qui s'est dit au téléphone ou dans le couloir. Elle ne prépare pas votre négociation. Si le dossier fait intervenir un litige ou une clause à interpréter, faites relire les points concernés par votre juriste avant le rendez-vous.

© SAKIRA. Reproduction et diffusion interdites sans accord écrit. · sakira.fr
SAKIRA SAS · 6 rue d'Armaille, 75017 Paris · SIREN 108 493 933