



Transformer un prospect en client en Préparation Mentale

"Un préparateur mental qui ne sait pas vendre reste un passionné... pas un pro."

Être sûr de son produit

"Si tu n'es pas convaincu, tu auras toujours l'impression de déranger."

La confiance en ta méthode est le fondement de toute démarche commerciale réussie. Sans cette conviction profonde, le moindre doute sera perceptible par ton prospect.

- Mesure tes résultats précédents (même si tu débutes...)
- Identifie ta valeur ajoutée spécifique
- Sois capable d'expliquer ton processus et où il conduit



Ce que veut vraiment ton client

"Le client se fiche de ton passé. Il veut savoir ce que tu lui apportes ici et maintenant."



Problème

La situation actuelle douloureuse ou insatisfaisante du client



Solution

Ta méthode adaptée à son cas spécifique



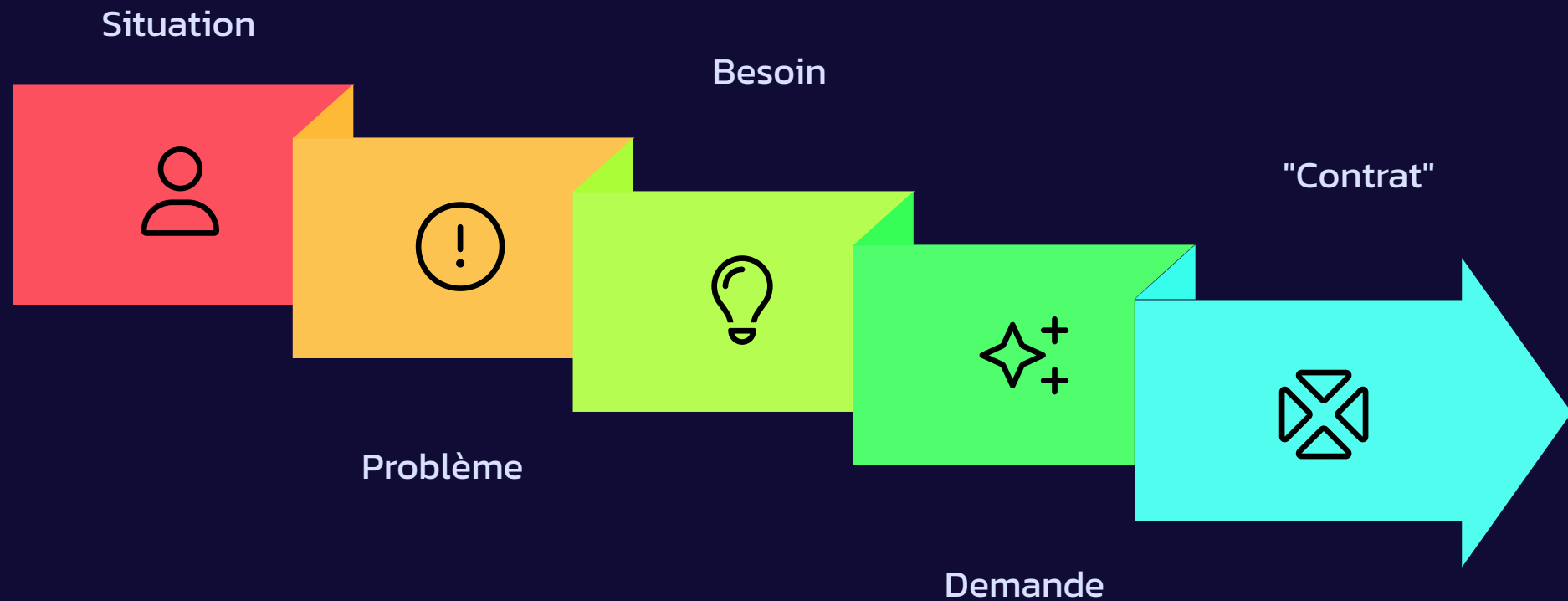
Transformation

Le résultat concret et mesurable qu'il obtiendra

Concentre-toi sur la transformation que tu peux apporter plutôt que sur tes diplômes ou ton parcours personnel.

L'entretien de départ

Tu sais mener un entretien de début d'accompagnement ?



Les 5 freins à la vente

Identifier le frein principal de ton prospect est essentiel pour adapter ton approche.



Pas de besoin

Le prospect ne perçoit pas clairement son problème ou le bénéfice de ta solution



Pas de budget

Le prix est perçu comme trop élevé par rapport à la valeur anticipée



Pas d'urgence

Aucune raison immédiate de prendre une décision maintenant



Pas d'envie

Absence de connexion émotionnelle avec toi ou ta proposition



Pas de confiance

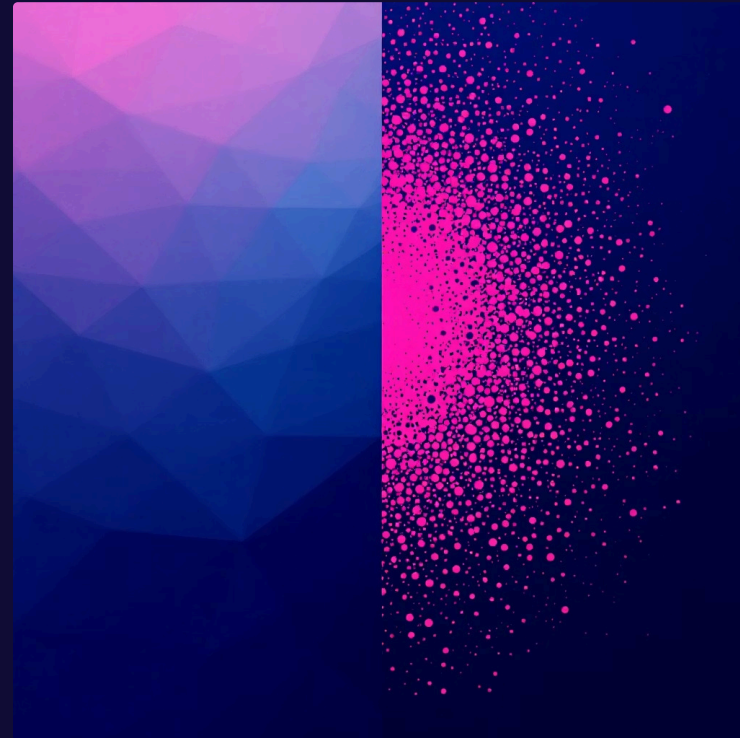
Doute sur ta capacité à délivrer les résultats promis

L'effet de halo

"La première impression conditionne toute la discussion."

Les 7 premières secondes déterminent la perception que ton prospect aura de toi pour le reste de l'échange.

- Soigne ton image en présentiel et en ligne (site, réseaux)
- Prépare ton discours d'introduction
- Démontre ton professionnalisme dès le premier contact





Antivente

"Un détail d'honnêteté = un boost de confiance."

Reconnaître tes limites

Précise ce que ta méthode ne peut pas accomplir et dans quels délais

Partager un cas d'échec

Explique ce que tu as appris d'une situation où ta méthode n'a pas fonctionné

Rediriger si nécessaire

Orienté le prospect vers un confrère si son besoin n'est pas dans ton domaine d'expertise

Cette approche contre-intuitive renforce ta crédibilité et différencie ta démarche commerciale.

Le langage non-verbal

"55% corps, 33% voix, 12% mots."



Corps

Posture ouverte, contact visuel, sourire authentique



Voix

Rythme, intonation, volume, silences stratégiques



Mots

Vocabulaire précis, bénéfices concrets, questions ciblées

Astuce clé : Complimenter avec des détails précis renforce significativement ta crédibilité.

L'art de poser des questions

"Pas de négation. Oriente avec un choix : 'Ça ou ça ?'"

1

Questions fermées

Pour obtenir une validation

- "Préférez-vous commencer lundi ou mercredi ?"

2

Questions ouvertes

Pour explorer les besoins

- "Qu'est-ce qui vous empêche actuellement d'atteindre vos objectifs ?"
- "Comment imaginez-vous votre performance idéale ?"

La maîtrise du questionnement te permet de guider la conversation sans jamais forcer la vente.

Focus 100% client

"Ton client ne veut pas ton CV. Il veut sa réussite."

Parle de "vous" 3× plus que de "je"

Reformule chaque bénéfice en termes d'impact pour ton client

Ne parle de toi SEULEMENT si le client te le demande

Illustre par des exemples concrets

Partage des histoires de réussite similaires à sa situation

Projette-le dans l'après

Aide-le à visualiser sa situation une fois ton intervention terminée

Parle en dernier, et le moins possible

Permet de connaître sa position, son niveau de connaissance, de ne pas donner d'éléments qu'il connaît déjà...

Permet de savoir quelles solutions il a déjà essayer

Permet de le valoriser : "Génial que tu mettes déjà ... en place"

Nous laisse le temps de préparer son discours et sa formulation

Bref, on apprend toujours des choses !



De l'entretien à l'engagement

"Vendre = Être convaincu + Comprendre + Focaliser sur le client + Être sincère"



Conviction

Crois profondément en ta valeur et ta capacité à transformer



Compréhension

Identifie précisément le besoin et le frein principal



Focus client

Centre chaque élément sur sa réussite, pas ton expertise



Authenticité

Reste sincère et honnête à chaque étape du processus

❏ N'oublie pas : la vente n'est pas une technique, c'est un service. Tu aides ton client à prendre la meilleure décision pour lui.