

ENTREPRENDRE DANS L'OUEST

2 & 3 NOVEMBRE RENNES | PARC EXPO

Les techniques pour gagner en impact commercial

- *Animé par : Benoît Morin, Ishtar & Co*

Qu'est-ce que la vente ?

« La vente, c'est simplement aider quelqu'un à résoudre son problème avec la meilleure solution possible. »

1. Ce n'est pas le commercial qui vend,
c'est le client qui achète.

2. Le métier n'est pas de faire passer un non en oui,
mais un peut-être en oui.



Du trac à l'impact

LE TRAC : DIP

Doute	sur soi
Incertitude	sur le prospect
Peur	du non

L'IMPACT : LES 4C

Clarté
se gagne avant

Certitude
se gagne pendant

Confiance
se gagne pendant

Courage
se gagne en concluant

AVANT · CLARTÉ | PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE | CONCLURE · COURAGE

5 points à vérifier avant chaque rendez-vous

ALLER PLUS LOIN

Guide : votre marché

1 Mon CRM

Ce que je sais déjà de lui et de nos échanges.

2 Son site web

Offre, actualités, recrutements.

3 Son profil

Parcours, poste, publications LinkedIn.

4 Son écosystème

Clients, concurrents, partenaires.

5 Sa géographie

Implantations, zone d'activité.

10 minutes de préparation : l'incertitude devient de la clarté.

AVANT · CLARTÉ | PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE | CONCLURE · COURAGE

ALLER PLUS LOIN
Créez votre pitch

Les 30 premières secondes

VOTRE ÉTAT

Laissez à la porte :

stress, fatigue, lassitude.

Apportez :

sourire, enthousiasme, regard.

Au téléphone, le sourire s'entend.

VOTRE PITCH : 30 SECONDES MAXIMUM

WHY	Pourquoi j'existe
HOW	Ce qui me rend différent
WHAT	Mon offre en une phrase
PROOF	Un client, un chiffre
NEXT	**La suite que je propose**

AVANT · CLARTÉ | **PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE** | CONCLURE · COURAGE

ALLER PLUS LOIN
Guide de la découverte

La découverte : là où se gagne la vente

VOTRE DÉFI

Comprendre ce qui intéresse réellement votre prospect.

Pas le convaincre. Le comprendre.

1. **Dès que possible**

   Lancez la découverte tôt : chaque minute de présentation avant elle est une minute à l'aveugle.

2. **Par le questionnement**

   C'est la seule technique pour la mener. Celui qui pose les questions conduit l'entretien.

3. **Avant l'argumentation**

   Vous argumenterez ensuite avec sa vision, ses besoins, son vocabulaire.

4. **Ses arguments, pas les vôtres**

   Il retiendra surtout ce que lui-même a dit.

AVANT · CLARTÉ | **PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE** | CONCLURE · COURAGE

Les questions qui font parler

Question fermée

Réponse oui / non. Elle sert à valider.

« Vous utilisez un logiciel aujourd'hui ? »

Question ouverte

Elle ouvre le débat : comment, pourquoi.

« Comment ça se passe aujourd'hui ? »

Les 5 pourquoi

Ne vous arrêtez jamais à la première réponse. Demandez « pourquoi ? » jusqu'à toucher la vraie raison.

REFORMULER

« Si je vous ai bien compris… »

Avec ses mots, sans déformer, en validant sa douleur.

AVANT · CLARTÉ | **PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE** | CONCLURE · COURAGE

ALLER PLUS LOIN
Vos questions MEDDIC

Structurez vos questions : BANT et MEDDIC

BANT — Vente simple, cycle court

B — Budget
Quel budget est prévu ?

A — Authority
Qui décide ?

N — Need
Quel est le besoin réel ?

T — Timing
Pour quand ?

MEDDIC — Vente complexe, cycle long

M	**Metrics**	Quels indicateurs l'achat doit améliorer ?
E	**Economic buyer**	Qui signe le chèque ?
D	**Decision criteria**	Sur quels critères on choisit ?
D	**Decision process**	Quelles étapes avant de signer ?
I	**Identify pain**	Où ça fait mal ?
C	**Champion**	Qui me soutient en interne ?

AVANT · CLARTÉ | **PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE** | CONCLURE · COURAGE

Besoins et attentes : ne vendez pas qu'au besoin

LE BESOIN

Rationnel, il s'exprime

« Un appartement avec du volume, spacieux, orienté sud. »

→ Se découvre par le questionnement

L'ATTENTE

Émotionnelle, elle se ressent

« Le coup de cœur. »

→ Se découvre par l'empathie

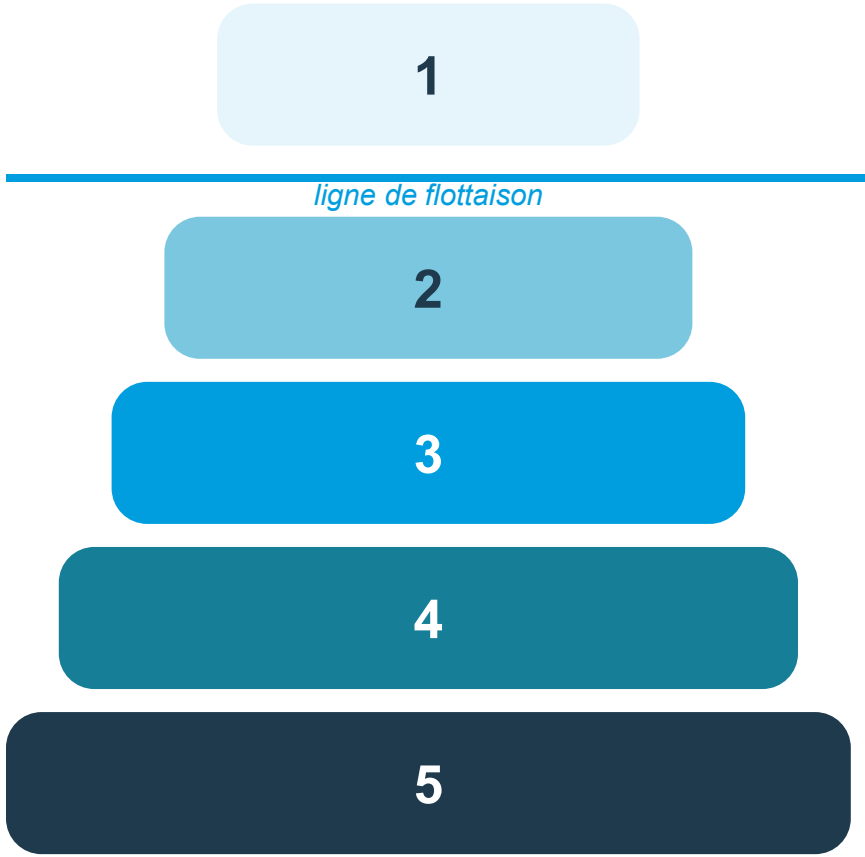
LES ATTENTES VARIENT

selon le profil | **avec le temps** | **selon le contexte**

Découvrez ses attentes, il vous donnera ses besoins.

AVANT · CLARTÉ | **PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE** | CONCLURE · COURAGE

L'iceberg du besoin



Besoin de surface	*« J'ai besoin d'un nouveau logiciel de trésorerie… »*
Répercussions professionnelles	*« … car mon cashflow fragilise mon entreprise… »*
Répercussions personnelles	*« … le bilan approche, ça me stresse, je dors mal… »*
Aspiration profonde	*« … au fond, je veux que ma boîte cartonne… »*
Vérité inavouable	*« … pour prouver à mes parents que j'en étais capable. »*

Les 5 jauges de la décision



Seuil : 8/10 sur chaque jauge. En dessous, pas de signature.

AVANT · CLARTÉ | PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE | **CONCLURE · COURAGE**

Que veut-il vraiment dire ?

« C'est trop cher. »

« Je n'ai pas le temps. »

« Rappelez-moi plus tard. »

« Je ne suis pas intéressé. »

« Envoyez-moi une doc par mail. »

AVANT · CLARTÉ | PENDANT · CERTITUDE & CONFIANCE | **CONCLURE · COURAGE**

Les fausses objections, décodées

« C'est trop cher. »	Je ne vois pas encore la plus-value, ni ce que me coûte l'inaction.
« Je n'ai pas le temps. »	Ce n'est pas ma priorité du moment.
« Rappelez-moi plus tard. »	Ce n'est pas ma priorité, ou je veux écourter.
« Je ne suis pas intéressé. »	Ce n'est pas moi qui décide, ou c'était mal pitché.
« Envoyez-moi une doc. »	C'est bien, mais pas maintenant.

RÉPONDRE EN 4 TEMPS

1. Écouter sans interrompre
2. Garder son sang-froid
3. Chercher la vraie raison
4. Répondre complètement

✗ « On reste en contact. » ✓ **« On se cale jeudi 14h ? »**

Votre valeur est reconnue au bon endroit

L'horloger	Le café	Le musée
5 $	5 $	1 000 000 $

La même montre de 200 ans. Trois prix. Seul le bon acheteur reconnaît sa valeur.

LES 4 TYPES D'ACHETEURS

L'acheteur en chaleur	prêt à signer
L'acheteur potentiel	à faire mûrir
L'imposteur	ne traitez pas
L'acheteur par erreur	ne traitez pas

Un non n'est pas un échec. C'est souvent un tri.

À vous de jouer

DITES-LE À VOTRE VOISIN

« Lors de mon prochain rendez-vous, je vais… »

Puis 15 minutes pour vos questions.

Prix et négociation, prospecter quand on est discret, LinkedIn ou téléphone, IA…

Pour aller plus loin

LES OUTILS

Créateur de pitch
Votre pitch en quelques minutes

Questions MEDDIC
Les questions adaptées à votre activité

Prospect virtuel
Entraînez-vous avant le vrai rendez-vous

LES GUIDES

La découverte
Guide de la découverte commerciale

Votre marché
Guide TAM SAM SOM

Recevoir ce support
Un mail s'ouvre, envoyez-le

ENTREPRENDRE DANS L'OUEST

2 & 3 NOVEMBRE RENNES | PARC EXPO





MERCI DE VOTRE ATTENTION

Retrouvez cette présentation

sur notre site internet

www.entreprendre-ouest.fr

> Réagissez sur nos réseaux sociaux #EDO2026

Et si on en parlait ?

UN ÉCHANGE DE 30 MINUTES

Faisons le point sur votre situation et vos priorités commerciales.

Sans engagement.

Préparer vos rendez-vous, mener vos découvertes, structurer votre démarche commerciale : on regarde ensemble par où commencer.

Réservez votre échange

nisabaconseils.com/contact

benoit@g-ishtar.com · 06 76 29 44 70