

# LE JEU DE LA VENTE

LES 6 CLÉS DES ENTREPRENEURS QUI RÉUSSISSENT



**Houraye DIEYE**

# **Le Jeu de la Vente**

**Pour contacter l'Auteure :**

[www.lejeudela vente.com](http://www.lejeudela vente.com)

LinkedIn & Facebook : Houraye Dieye

Instagram : @houraye.dieye

Tous droits de reproduction, de traduction, et d'adaptation réservés pour tous pays.

Toute représentation ou reproduction même partielle de cet ouvrage, faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteure ou de ses ayants droit ou ayant cause, est illicite et constitue une contrefaçon, aux termes des articles L.335 -2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

© 2021 Houraye DIEYE

Édition : BoD – Books on Demand, 12/14 rond-point des Champs-Élysées, 75008 Paris

Impression : BoD - Books on Demand, Norderstedt, Allemagne

ISBN : 9782322387533

Dépôt légal : Novembre 2021

# Le Jeu de la Vente

*Les 6 Clés des Entrepreneurs qui réussissent*

Houraye DIEYE



## Préface par Didié Gélanor

Le livre que vous tenez entre vos mains a la possibilité de changer votre vie. Je suis conscient que c'est un peu prétentieux de le dire d'entrée de jeu et pourtant, c'est vraiment ce que je pense.

La plupart des gens sont très souvent en train de chercher les déclics ailleurs alors qu'en fait il y en a plein autour d'eux. Ils ne sont juste pas prêts à les voir ou à les recevoir.

Mais pour vous, entrepreneur(e), je pense que ce sera différent parce que les entrepreneurs ont quelque chose de particulier...ils ont soif. Ils en veulent. Et ils trouvent des solutions quand tout le monde leur dit qu'il n'y en a pas. Des déclics, ils en ont tout le temps.

Avec cet ouvrage sur la vente, vous allez non seulement en avoir mais vous développerez aussi de nouvelles compétences. C'est votre entreprise qui vous remerciera.

Parmi tous les élèves que j'ai eu le plaisir d'avoir, Houraye Dieye est celle que je connais depuis le plus longtemps et je peux vous assurer que sa détermination et son professionnalisme inspirent l'admiration. Elle progresse rapidement et elle prend à cœur sa mission qui est celle d'aider les entrepreneurs à devenir d'excellents vendeurs afin qu'ils puissent vivre aisément de leur activité.

Ce livre n'est qu'une marche de plus dans son ascension et une marque d'engagement de sa part dans sa volonté d'aider le plus d'entrepreneurs possibles. Alors, profitez bien de ses conseils car l'avenir de votre entreprise peut en dépendre.

Je connais beaucoup de coachs d'affaires. Il y a ceux qui manquent d'éthique et d'autres qui ne sont préoccupés uniquement que par leur croissance professionnelle au détriment de leurs clients mais pas Houraye Dieye. La satisfaction et le développement de ses clients sont les leviers de son succès. C'est la raison pour laquelle je peux vous garantir qu'elle deviendra un leader incontournable dans son domaine.

Encore une fois, profitez de ses conseils car c'est une machine d'apprentissage. D'une année à l'autre, ses connaissances sont mises à jour pour le bonheur de ses clients.

Peut-être que vous me trouverez impartial dans mes propos mais si j'ai un talent en tant que formateur et mentor, c'est de reconnaître le talent et le leadership chez les autres... Houraye Dieye en a à revendre.

Je ne peux que vous souhaiter une bonne lecture et une belle transformation à travers ces pages. Lisez-le comme si la survie de votre entreprise en dépendait et vous irez plus loin que les autres.

Bon succès à vous,  
Didié Gélanor, le coach d'affaires des coachs

## A propos de l'Auteure

Houraye DIEYE est une épouse, une mère et une femme d'affaires audacieuse qui a la volonté d'aider les entrepreneurs ambitieux et déterminés à se réconcilier avec l'activité commerciale.

Sa riche expérience au sein de plusieurs grandes entreprises françaises et étrangères lui ont permis de découvrir les astuces et secrets cachés de plusieurs commerciaux d'exception.

Grâce à sa ténacité, sa détermination et ses connaissances, elle a fait gagner plusieurs millions à ses précédents employeurs et à ses clients.

Aujourd'hui, elle veut mettre entre les mains des entrepreneurs audacieux les pépites soigneusement gardées afin qu'ils connaissent eux aussi la prospérité.

Elle a trouvé sa vocation dans le fait d'inspirer les entrepreneurs en démontrant que c'est possible de réussir à entreprendre en jouant et que tout un chacun mérite de vivre à la hauteur de ses ambitions et de son plein potentiel.



## Remerciements

Je remercie l'Intelligence Infinie de me permettre d'expérimenter cette vie et d'écrire ce premier livre afin de partager mon expérience et mon expertise.

Je remercie mes parents pour leur éducation dans des valeurs familiales et spirituelles fortes. Gratitude d'être l'aînée d'une très belle fratrie, ce qui m'a poussé à vouloir devenir un exemple, à devenir très vite mature et responsable. Le fait d'avoir des petits frères et sœurs qui regardent mes pas, m'a poussé à vouloir leur montrer la voie et donner le meilleur de moi-même. Merci à eux pour leur amour, leur soutien, et de me considérer comme leur modèle.

Je remercie mon cher et tendre époux, pour son amour, son soutien incommensurable, et sa patience à toute épreuve. Je sais que je suis chanceuse d'avoir un partenaire qui est fier de voir son épouse entreprendre, évoluer et inspirer de nombreuses personnes.

Je remercie ma princesse d'amour, ma fille Aïssa, le meilleur cadeau que l'on puisse recevoir au monde car elle est née le jour de mon anniversaire. Merci au meilleur closer que je connaisse personnellement de me rappeler chaque jour que vendre est inné, que c'est un véritable jeu d'enfant.

Je remercie ma sœur de coeur et meilleure amie Sophia d'exister, et de me soutenir *from day one*. Elle a joué un grand rôle dans mon

histoire et c'est grâce à elle que j'ai commencé à cheminer vers ma croissance personnelle. Elle est d'un soutien indescriptible, et je suis plus que reconnaissante d'avoir croisé son chemin.

Merci à mes amies proches et présentes qui me soutiennent, m'encouragent, me poussent à exceller et à avancer : Mariama, Diana, Consulia, Samia, Mokhtaria, Ameena... et toutes celles que je n'ai pas citées mais qui sont là pour moi de près ou de loin.

Merci également à Elodie Cadrot et Sokhna Seck, des amies et partenaires d'affaires, qui m'ont aidé dans la relecture de ce livre.

Merci à tous les membres de mon club de lecture avec qui je passe une bonne partie de mon temps à lire, décortiquer, intégrer les enseignements de livres inspirants et qui me permettent de grandir jour après jour.

Merci à Jérémie Trouillet, un des meilleurs managers que j'ai rencontré dans mon expérience professionnelle en entreprise. Une des rares personnes qui m'a invité à prendre la vente comme un jeu et à me détacher du résultat pour me concentrer sur mon objectif personnel.

Merci à Anisse Ribbe pour son humilité, sa générosité, l'accompagnement dont j'ai bénéficié de sa part et les opportunités qui ont en découlé grâce à ses recommandations.

Merci à Adjaratou Lawani, une femme avec qui j'ai eu la chance de travailler et qui m'inspire vraiment par sa posture, son attitude et sa générosité. Merci de me rappeler continuellement que je suis une Queen et qui m'encourage à ne pas quitter ce monde sans laisser rayonner ma lumière personnelle.

Merci à mon mentor, Didié Gélanor, d'avoir été la première personne à me pousser à créer ma méthode et de m'avoir accompagné à structurer mes premières idées, en me permettant d'identifier quels sont les schémas de succès que j'avais reproduit dans mes expériences passées.

Merci à tous les clients qui m'ont fait confiance et que j'ai pu accompagner jusque-là. Je suis tellement inspirée et fière de voir leurs transformations.

Enfin, merci à toi cher lecteur, ainsi qu'à toutes les merveilleuses âmes que j'ai rencontrées sur mon parcours de vie, celles qui étaient simplement de passage, celles qui sont encore sur mon chemin et toutes celles que j'aurai la chance de croiser à l'avenir.



## Mon Histoire avec la Vente

Je vais te partager une partie de mon Histoire, pour que tu puisses comprendre comment je suis parvenue à faire ce que je fais aujourd'hui.

J'ai eu la chance de commencer à vendre dès mes 18 ans (de manière professionnelle, car comme je vais te le partager tout au long de ce livre... toute notre vie on vend), grâce à un stage que j'ai effectué dans le cadre de mes études en commerce international.

Ainsi, j'ai été chargée pendant deux mois de développer les ventes B2B (Business to Business) pour une société parisienne qui proposait des services de télécommunication.

Mon Manager à cette époque était adepte de la formation par la pratique et m'a directement envoyée sur le terrain pour m'exercer. Quoi de mieux que d'être jetée dans le grand bain pour apprendre à nager ? J'ai donc été introduite à la prospection à froid, je devais démarcher téléphoniquement ou en physique des entreprises susceptibles de devenir de potentiels clients.

J'ai très vite appris à convaincre, négocier, être autonome et conclure des ventes.

Six mois plus tard, je m'envolais pour le Canada, à Montréal plus précisément, pour un stage à l'étranger dans le cadre de mes études.

J'ai eu l'opportunité d'effectuer des tâches marketing et commerciales pour développer la clientèle d'une parfumerie, qui offrait la création de parfums sur mesure.

J'étais en contact direct avec les clients et j'ai développé mon aisance relationnelle en français mais également en anglais.

Bien que le stage ait été super, un événement particulier va marquer toute la suite de mon histoire et c'est justement la raison pour laquelle je fais ce que je fais aujourd'hui.

Un soir, je reçois un appel de ma meilleure amie qui s'appelle Sophia, toute excitée !

**Sophia** : "Houraye est-ce que tu me fais confiance ?

**Moi** : Oui bien sûr, qu'est ce qu'il y a ?

**Sophia** : Non mais sérieux Houraye, est-ce que tu me fais vraiment confiance ?

**Moi** : Bah oui pourquoi ? What's happening?

**Sophia** : J'ai découvert un truc de dingue, on va devenir riche !

**Moi** : What? C'est quoi ? Dis-moi tout !

**Sophia** : Écoute, j'ai participé à une présentation d'une opportunité et faut absolument que tu puisses faire de même !

**Moi** : Yes mais tu oublies qu'actuellement je suis au Canada !

**Sophia** : Eh bien justement, en Amérique du Nord c'est justement le meilleur endroit pour découvrir cette opportunité car c'est précisément là-bas que le concept est né !

**Moi** : Euhhh... OK si tu le dis !

**Sophia** : Ils organisent une présentation samedi là où tu es, je vais t'envoyer les infos pour que tu puisses t'y rendre..."

Quand je reçois les informations, je vois que la présentation est à Ottawa. Or je suis à Montréal, soit à plus de deux heures de route de là ! (Ce qui n'est donc pas vraiment à côté comme elle le disait... but whatever!).

Je décide quand même de m'y rendre car son enthousiasme et la confiance que je lui accorde m'ont convaincue d'aller découvrir cette opportunité exceptionnelle qui allait changer notre vie.

Je me rends ainsi à Ottawa, et l'événement auquel je vais assister va littéralement changer ma manière de voir la vie, mon avenir et mes ambitions.

Si tu as déjà été appelé par un proche, tu as sans doute deviné qu'il s'agissait d'une présentation d'affaires de marketing relationnel.

Au-delà de la superbe opportunité de développer cette activité, je découvre pour la première fois le métier de Coach. Je vois monter sur scène des personnes tellement souriantes, épanouies, rayonnantes et inspirantes que je me dis : "Je ne sais pas ce qu'elles font exactement, mais plus tard j'aimerais être comme elles".

Pour la première fois de ma vie, je découvre... le développement personnel. De là, de nouvelles perspectives, de nouveaux horizons s'ouvrent à moi.

Je commence alors à lire des ouvrages qu'on nous a suggérés, sachant qu'à la base... je n'aime pas du tout lire. Et dès ma première lecture je tombe entièrement amoureuse du développement personnel.

Je découvre alors une nouvelle passion dans l'art d'apprendre à se découvrir. Premier livre que je lis : *Réfléchissez et devenez riche* de Napoleon Hill, qui nous enseigne que la véritable richesse est intérieure et que tout commence par nos pensées.

Deuxième livre : *Le secret* de Rhonda Byrne, et là je découvre cette fameuse loi de l'attraction, je comprends que je peux Être, Avoir et Faire tout ce que je veux dans ma vie !

Troisième livre : *Comment se faire des amis* de Dale Carnegie, et là je comprends la puissance de l'art des relations humaines, l'importance de développer une personnalité plaisante et attrayante pour obtenir la coopération des autres en toute circonstance.

C'est la somme de ces 3 livres qui m'a permis de poursuivre mon cheminement de vie avec une attitude de gagnante et mon mantra devient alors : "Tout est possible !" Je n'avais pas encore conscience que cette étape-là allait me différencier des autres vendeurs plus tard.

Diplômée quelques années plus tard d'un Master 2 : "Manager du Développement Commercial à l'international" à l'ESG dans la section internationale, j'ai choisi à la fin de mes études d'accepter une première expérience en tant que *International Business Developer* (Chargée du développement commercial à l'international) pour un éditeur de logiciel, avant d'être débauchée six mois plus tard par une startup digitale dans le domaine du e-commerce.

J'étais excitée par ce challenge car j'étais la première *Sales Development Representative* (eh oui, on utilise beaucoup de jargon en anglais dans les postes de commerciaux, du moins dans le milieu des startups digitales).

Ma mission était de prospecter des nouveaux comptes de clients potentiels, afin de booker des rendez-vous avec les *Account Executive* (Chargé de Clientèle), pour qu'ils puissent faire des démonstrations des services que nous proposons, puis de conclure les ventes.

Quand je démarre dans cette nouvelle entreprise, mon Manager de l'époque, lors de ma première formation commerciale, me dit une phrase qui va changer ma perception de la vente à tout jamais.

Il me dit : "Ecoute Houraye, il n'y a aucune pression à avoir. Si le prospect est OK pour un rendez-vous c'est très bien. S'il te dit

non, c'est OK aussi. Peut-être qu'il n'est pas prêt, alors passe au suivant tout simplement”.

Et il ajoute : “Prends cela vraiment comme un Jeu !”.

Wow, c'est la première fois que j'identifie la Vente à un Jeu. À partir de ce moment-là, j'ai vraiment commencé à ne plus faire de la vente un enjeu, mais au contraire un jeu dont je suis le maître.

## Pourquoi j'écris ce livre ?

Comme expliqué dans le chapitre précédent, cela fait maintenant 13 ans que j'ai initié mon parcours dans la vente et à ce jour j'ai vendu pour des millions.

La vente est le pilier de tout business. Pas de vente... pas d'entreprise. La principale raison pour laquelle les nouvelles entreprises font faillite, c'est parce qu'elles ne vendent pas suffisamment.

Chaque entreprise connaît l'importance de promouvoir ses produits ou services, c'est LA préoccupation principale de toute entreprise qui se veut pérenne. Le problème c'est que beaucoup trop d'entreprises veulent augmenter leur chiffre d'affaires, mais combien prennent le temps de comprendre ce qu'est vraiment la vente ?

J'ai remarqué que beaucoup d'Entrepreneurs qui se lancent n'ont pas forcément eu la chance de développer leurs compétences commerciales. Je trouve cela dommage de se lancer en Business pour gagner des miettes.

Et pour ceux qui sont déjà lancés, je ne connais aucune entreprise qui n'aspire pas à croître davantage et développer son chiffre d'affaires.

Ce que j'ai compris très jeune, c'est qu'on ne peut pas vivre de ses compétences si on ne sait pas les vendre.

Et nous vendons tous nos compétences, que l'on soit salarié ou entrepreneur. Le problème c'est que beaucoup de personnes n'ont pas conscience de l'importance de maîtriser l'Art de la Vente, qui est pourtant LA compétence la plus lucrative au monde.

Pour les personnes qui ont conscience de l'importance de savoir vendre, une majorité d'entre elles ont peur de vendre.

## Pourquoi les gens ont-ils peur de vendre ?

Les gens ont peur de vendre tout d'abord parce qu'ils ont une mauvaise définition de la vente.

Il est certain que l'on devient ce que l'on apprend. Si tu as peur de vendre, c'est que tu n'as pas encore pris le temps d'apprendre cet art. Parce que oui, pour moi la vente c'est avant tout un art. Et comme tout art, cela s'apprend. C'est l'art d'apporter une solution à une problématique. On ne s'improvise pas vendeur professionnel, on le devient.

La bonne nouvelle c'est que cet art est accessible à tous, ou tout du moins, à tous ceux qui prennent la décision de le maîtriser.

L'une des autres causes principales qui font que les gens ont peur de vendre est liée à leurs croyances limitantes. Que signifient les croyances limitantes ? C'est un terme fréquemment utilisé dans le développement personnel. Les croyances limitantes sont des perceptions de notre esprit qui nous limitent ou nous bloquent dans nos actions.

Par exemple, on peut croire que l'on n'est pas capable de faire certaines choses, en l'occurrence vendre dans ce cas précis. Ces croyances nous viennent le plus souvent de notre conditionnement, de notre éducation ou de nos expériences passées (en particulier de nos échecs). Ces fausses croyances sont vraiment toxiques car elles brident notre potentiel et nous empêchent d'atteindre nos objectifs.

C'est justement ce sujet que j'aborde dans la première étape du Jeu de la Vente. Voyons quelques exemples d'idées reçues et de clichés sur la vente :

*Les vendeurs sont des escrocs (comment puis-je faire pour ne pas passer pour un escroc ?)*

*Les vendeurs sont des menteurs et des manipulateurs. (Il ne mettent en avant que les avantages de leurs solutions et non les inconvénients.)*

*Les vendeurs ne sont intéressés que par leurs commissions. (Tout ce qui les intéresse c'est l'argent.)*

*Méfiez-vous des vendeurs car ils chercheront à vous vendre quelque chose à tout prix.*

*On dit même que les meilleurs vendeurs pourraient vous vendre leur mère !*

Tu dois d'abord comprendre que tu ne pourras pas réussir dans la vente aussi longtemps que tu continueras à dénigrer et à critiquer les vendeurs. Tu ne peux pas devenir ce que tu méprises.

Et c'est complètement logique quand on y pense, n'est-ce pas ? Si tu penses que les vendeurs sont des menteurs et des manipulateurs, pourquoi voudrais-tu délibérément faire partie de cette catégorie de personnes ? Il est évident qu'aucun individu normalement constitué ne souhaite être perçu et considéré comme un menteur ou un manipulateur.

Ensuite, tu dois prendre conscience de ceci : la peur est avant tout dans ta tête !

Toutes ces croyances ne t'appartiennent pas. Toutes ces idées reçues ne viennent pas de toi. En réalité, ce sont des choses que

P'on t'a dites, que tu as entendues, que tu as lues, ou que tu as perçues.

Ce sont des histoires que tu te racontes, pour rester dans ta zone de confort et c'est ce qui t'empêche de passer massivement à l'action.

Ces croyances limitantes ne reflètent donc pas la réalité de la vente. Il te suffit de prendre le temps d'échanger avec les meilleurs vendeurs : tu verras et comprendras qu'eux ne se perçoivent nullement ainsi, et encore moins leurs prospects ni leurs clients.

Grâce à mon expérience en Vente, je me suis dit qu'il était de mon devoir d'aider un maximum d'Entrepreneurs à se défaire de ces perceptions erronées et de les aider à mieux vendre.

Tu te demandes peut-être comment identifier tes croyances limitantes et négatives sur la vente ? C'est justement ce que nous verrons dans la première étape du Jeu de la Vente.

J'adore lire des livres inspirants et enrichissants. Alors quoi de mieux que de te partager par écrit mon expertise et offrir la possibilité à un maximum de personnes de changer leur perception de la vente.

Ce livre est une initiation à ma méthode le Jeu de la Vente, si tu veux aller plus loin et en savoir plus sur mes accompagnements, je t'invite à te rendre sur : [www.lejeudelavente.com](http://www.lejeudelavente.com).

La Vente est un merveilleux jeu où, lorsque l'on a les bonnes cartes en main, on peut gagner à tous les coups.



## Pour qui j'écris ce livre ?

Pour les futurs Entrepreneurs à succès qui veulent réussir à avoir un Business prospère.

Pour toi qui en as marre d'enchaîner les rendez-vous et de ne pas réussir à convertir tes prospects en clients.

Pour toi si tu veux apprendre la compétence la plus lucrative du monde en t'amusant et ne plus jamais avoir le sentiment de manquer d'argent.

Pour toi si tu connais la valeur de ton expertise et que tu souhaites apprendre à la vendre mieux et avec plus de facilité.

Pour les futurs entrepreneurs qui veulent se lancer avec les bonnes informations pour monétiser leurs compétences.

À toi si tu as la volonté de renverser la tendance, mais que tu ne sais pas par où commencer et que tu as peur du rejet.

Je sais que tu rêves d'avoir un Business prospère, de pouvoir vendre tes services et produits en y prenant du plaisir.

Ne laisse personne te dire que tu es mauvais en vente... ça s'apprend et tu es au bon endroit ! Je vais te montrer qu'il est possible de vendre avec une facilité déconcertante !



## **De 2000 € en 1 mois en ventes “accidentelles” à 122 000 € ENCAISSÉS en 1 mois ! ...**

... avec un nouveau prix augmenté de 50%, + un retour sur investissement de x 174 ! ou 17400%. tu as bien lu : 17400% ! Sans se tuer à la tâche - en y passant 2-3 heures par semaine.

Ou comment on devient expert financier et profiler/sniper commercial professionnel presque à son insu.

C'est ce que mon client Mattéo a réalisé en 45 jours au sein du programme le Jeu de la Vente et augmenté son revenu de 120 000 euros !

Et là tu te demandes sûrement : mais comment a-t-il fait ?

C'est justement le sujet de ce livre ! Alors si tu veux le découvrir, installe toi confortablement et continue de lire.



## Introduction au Jeu de la Vente

L'objectif de ce livre est de comprendre les règles du Jeu de la vente pour être à l'aise dans n'importe quelle situation.

Je ne sais pas comment tu es parvenu à avoir ce livre entre les mains, mais sache que je suis de ceux qui pensent que dans la vie, il n'y a pas de hasard. Seulement des rencontres...

Dans un premier temps, j'aimerais que tu prennes le temps de répondre à une question. Je t'invite à lire la question suivante, à méditer dessus pendant au moins deux minutes, puis à y répondre en pleine conscience :

Quelles sont tes intentions en lisant ce livre ?

Sans intention claire, tu ne pourras pas tirer pleinement profit des enseignements que je vais te partager dans ce livre.

Je vais commencer par poser le cadre du Jeu. Quand on joue, on peut certes respecter des règles, mais on peut aussi respecter un cadre. Pour ma part, je suis plus adepte de la deuxième option. Alors je vais te partager ma perspective : j'aimerais que ce Jeu se fasse dans un cadre de respect, d'honnêteté, d'ouverture, de bienveillance, et de professionnalisme.

Je suis un Entrepreneur éthique, et j'accompagne uniquement des personnes qui partagent mes valeurs. Alors es-tu prêt à respecter ce cadre ?

À ton avis, pourquoi beaucoup de personnes perdent au Jeu de la vente ?

C'est parce qu'elles n'ont pas les bonnes cartes en main. Et ces fameuses cartes, je vais justement te les mettre entre les mains pour que tu puisses gagner.

C'est le Jeu le plus formidable au monde, car quand tu gagnes... tu gagnes de l'argent. De vrais billets. De l'argent réel... pas comme au Monopoly !

Et soyons honnêtes. Peu importe où tu en es dans ton Business, j'imagine que si tu lis ce livre c'est parce que tu aspiras à gagner plus d'argent, n'est-ce pas ?

Alors à présent, nous allons tous devenir des joueurs... mais des joueurs qui vont gagner !

**Clé #1 : DÉCISION**  
**Pulvérise tes croyances limitantes**

*“Rien ne vous emprisonne, excepté vos pensées. Rien ne vous limite, excepté vos peurs. Et rien ne vous contrôle, excepté vos croyances.”* – Marianne Williamson

## 1.1 Que signifie vendre selon toi ?

Avant d'aller plus loin, il serait intéressant de te demander quelle est ta définition personnelle de la vente. T'es-tu déjà posé cette question ? Que veut dire vendre selon toi ? Qu'est-ce que la vente représente pour toi ?

Je t'invite, si tu veux jouer le jeu, à prendre un bloc-note spécifique que tu pourras utiliser tout au long de ta lecture pour répondre aux questions que je te poserai et noter tes réflexions.

### 1. Quelle est ta conception de la vente ?

Écris tout ce qui te passe par la tête quand tu entends le mot "vente". Qu'est-ce que cela évoque en toi ? Comment définis-tu ce terme, avec tes propres mots et ta propre expérience ?

### 2. Quelles émotions se déclenchent ?

À présent, décris les émotions que cette définition suscite en toi.

Comment te sens-tu lorsque tu lis ta définition de la vente ? Est-ce que ce sont des émotions négatives ou plutôt des émotions positives ?

Est-ce que tu te sens bien ou est-ce que tu te sens mal ?

Prête attention à tes émotions et décris-les.

### **3. Quelles actions mets-tu en place ?**

Au-delà de la définition, de manière plus concrète, quelles actions as-tu généralement l'habitude de mettre en œuvre ? Car les actions que tu mets actuellement en place sont étroitement liées à ta définition personnelle de la vente.

### **4. Quels sont tes résultats actuels ?**

Aujourd'hui, en prenant en considération ta définition personnelle de la vente, la manière dont tu te sens quand tu y penses, et les actions que tu mets ensuite en place, quels sont tes résultats actuels ?

Est-ce que ce sont des résultats satisfaisants ?

Est-ce que tu souhaiterais les améliorer ?

Aimerais-tu les booster ?

Cette première partie est une introspection qui permet de comprendre où tu en es. Il s'agit d'une introduction à un concept que je développerai dans le chapitre : Trouver le but ultime du jeu.

En attendant, si tu as vraiment joué le jeu, bravo à toi car la première étape pour progresser, c'est de savoir où tu en es.

## 1.2 Le syndrome de l'imposteur

C'est quoi le syndrome de l'imposteur ? Excellente question !

Généralement on a des idées préconçues sur la vente et quand on se lance, surtout lorsqu'on débute, on ne se sent pas légitime ! Le syndrome de l'imposteur est étroitement lié au manque de légitimité.

Lorsqu'on démarre dans l'entrepreneuriat, on pense qu'il nous manque de l'expérience ou qu'on n'est pas assez doué pour proposer nos services. Ce que je constate également quand j'accompagne des personnes en coaching, c'est que les entrepreneurs qui sont atteints du syndrome de l'imposteur ont souvent peur d'annoncer leur prix et de se faire payer à leur juste valeur.

Prendre conscience qu'on a le syndrome de l'imposteur nous permet tout simplement de travailler sur ce point et d'entreprendre avec plus de légèreté.

Comment savoir si on a le syndrome de l'imposteur ? Si tu ne te sens pas assez doué pour proposer tes services, si tu manques de confiance en toi, si tu as peur d'annoncer le prix de tes services, que tu as peur de vendre et de promouvoir tes services, alors il y a de grandes chances que tu sois victime du syndrome de l'imposteur.

**Te reconnais-tu dans ces exemples :**

*Suis-je assez compétent pour offrir ce service ?*

*Je me sens nul(le) en vente, ce n'est vraiment pas mon truc !*

*J'ai peur, j'ai honte et je n'ose pas vendre !*

*Comment vais-je répondre aux objections ?*

*Je ne pourrais jamais vendre, c'est trop compliqué !*

La question à se poser maintenant c'est : comment te défaire de ce syndrome qui t'empêche de t'épanouir pleinement dans ton activité ? C'est très simple, la première étape est de prendre conscience que tu en es victime. On ne peut pas améliorer ce que l'on ignore, n'est-ce pas ? De là, tu pourras commencer à changer tes croyances dans le but de prendre plus confiance en toi et surtout prendre conscience de ta légitimité à proposer tes services.

Pour te défaire du syndrome de l'imposteur, tu dois travailler sur toi, afin d'augmenter ta confiance en toi et ton estime personnelle. La confiance en soi, c'est avoir confiance en tes propres capacités et en tes compétences. L'estime de soi, c'est prendre conscience de ta valeur personnelle. Ce sont des choses que les gens ont tendance à confondre parce qu'elles sont étroitement liées.

Plus tu travailleras ta confiance en toi et ton estime personnelle, moins tu auras le syndrome de l'imposteur.

## 1.3 Identifie tes croyances limitantes

Il y a 2 types de croyances : les croyances limitantes et les croyances aidantes. Nous commencerons dans cette partie par détailler les croyances limitantes. Comme nous l'avons vu dans le chapitre où je te partage "Pourquoi j'écris ce livre", les croyances limitantes ce sont les croyances qui te limitent. Aujourd'hui, beaucoup de personnes n'ont pas conscience des pensées qu'elles entretiennent.

Si tu veux réussir dans ta vie, tu dois prendre conscience de l'importance de comprendre et d'identifier d'où viennent tes propres croyances. L'objectif de cette partie est de comprendre que c'est ta manière de penser qui t'a amené à vivre la vie que tu vis aujourd'hui.

Pour avancer vers la direction souhaitée, ça passe forcément par une phase de remise en question pour plus de clarté. Tu comprendras tout au long du livre, que la vente est avant tout une question d'état d'esprit.

La première étape est d'arriver à comprendre quelles sont tes pensées principales par rapport à la vente. L'étape suivante est de comprendre et d'identifier quels sont les sentiments et les émotions que ces pensées génèrent en toi. Tu comprendras ensuite comment tu peux à présent passer à l'action et quelles sont les choses que tu peux améliorer.

Vis-tu aujourd'hui la vie que tu veux vraiment et que tu as choisie ? Comme je te le demandais dans la partie précédente, quelles sont tes croyances et tes pensées par rapport à la vente ?

J'espère que tu as vraiment joué le Jeu, car tu lis ce livre avant tout pour toi.

Les croyances limitantes que nous cultivons limitent les résultats que nous avons. La priorité pour commencer le changement c'est d'identifier ta manière de penser, d'identifier ta définition personnelle de la vente. Dès lors que tu réalises que tu es la seule personne qui limite les résultats que tu peux avoir, le changement commence.

Je t'invite à prendre une page de ton bloc-note et à tracer un tableau à deux colonnes puis de commencer à faire une liste de tes croyances limitantes sur la colonne de gauche. Petite précision : il est important d'écrire à la première personne du singulier.

**Voici des exemples de croyances limitantes que j'entends souvent :**

- J'ai peur de vendre
- La vente ce n'est pas fait pour moi
- Je suis nul en vente
- Je ne sais pas comment répondre face aux objections
- J'ai peur d'annoncer le prix
- J'ai peur d'échouer dans mon Business

Une fois que tu as identifié tes croyances limitantes, je t'invite à relire à haute voix les phrases dans lesquelles tu te reconnais, à prêter attention aux émotions qu'elles suscitent en toi, puis à les renseigner en bas de cette première liste.

## 1.4 Pivote en croyances aidantes

De la même manière que tu as choisi d'adopter tes croyances limitantes, tu as également la possibilité de t'en défaire. Comment ? En adoptant de nouvelles croyances !

Les croyances aidantes sont puissantes et t'aideront dans l'atteinte effective de tes objectifs.

Laisse moi t'indiquer dans quel contexte j'utilise le terme "pivoter".

Dans la partie précédente tu as identifié tes croyances limitantes. L'idée maintenant, c'est d'aller chercher ce qui se cache derrière ces croyances qui t'empêchent de t'accomplir pleinement. En d'autres mots, tu vas donc inverser dès à présent tes anciennes croyances en affirmant le contraire.

J'aime bien dire une chose : "Derrière chaque peur, il y a un désir... Derrière chaque désir il y a une peur" !

Si tu te concentres uniquement sur la peur, tu ne passeras jamais à l'action. Par contre, si tu comprends que derrière ta peur se cache un désir et qu'il est de ta responsabilité de prendre de la hauteur et de te demander : "Quel est mon désir sous-jacent ?", alors tu vas utiliser la peur de manière intelligente et donc la pivoter positivement pour découvrir ce que tu veux vraiment.

Ce que j'ai compris également à travers mon expérience, c'est que derrière chaque peur que tu as, se cache le pouvoir de concrétiser un désir précis. Dans notre cas, on parle de la thématique de la vente, mais sache que cette méthode peut être utilisée dans tous autres domaines de ta vie et pour n'importe quel sujet.

La première étape consiste à se questionner sur la véracité de ces propos. La deuxième étape est de récupérer le tableau que tu as commencé à remplir pour la partie de gauche et à reprendre chaque phrase pour la faire pivoter. Pour ce faire, il te suffit simplement d'écrire le contraire de chaque phrase. Pour aller encore plus loin, n'hésite pas à amplifier l'aspect positif de ta nouvelle croyance.

Je vais te montrer comment pivoter les croyances à l'aide des exemples précédents :

- J'ai peur de vendre => Je vends naturellement
- La vente ce n'est pas fait pour moi => Je sais vendre efficacement
- Je suis nul en vente => Je suis très doué en vente
- Je ne sais pas comment répondre face aux objections => Je maîtrise mon sujet et je prends plaisir à rassurer mon prospect
- J'ai peur d'annoncer le prix => Je suis convaincu de la valeur que j'apporte à mon client
- J'ai peur d'échouer dans mon Business => Je veux réussir à développer un Business prospère.

Une fois que tu as pivoté tes croyances limitantes en croyances aidantes, je t'invite à relire à haute voix les phrases que tu as trouvées, à prêter attention aux émotions qu'elles suscitent en toi, puis à les renseigner en bas de cette deuxième liste.

## 1.5 Surmonte la peur de vendre

Si tu as peur de vendre, comment penses-tu que tu pourrais surmonter cette peur ?

Le meilleur remède contre la peur, c'est le passage à l'action !

Alors ce que tu dois faire, c'est tout simplement : commencer à vendre. Saute dans le grand bain dès à présent, car tu n'apprendras jamais à nager si tu n'entres pas dans l'eau. Exerce-toi jour après jour. La bonne nouvelle, c'est que tu ne pourras que t'améliorer. Il n'y a pas de recette miracle. Comme on dit : c'est en pratiquant qu'on devient un praticien. Prends dès lors ton courage à deux mains et dépêche-toi de passer à l'action. Affronte la réalité du terrain. Le véritable courage c'est d'agir malgré la peur ! Tu découvriras vite au fur et à mesure à quel point la peur se dissipe naturellement quand on est dans l'action.

La première fois que j'ai pris le téléphone pour faire de la prospection, tu penses que j'étais confiante, sereine, à l'aise... ? Pas du tout ! Mais j'ai pris une grande inspiration et je me suis lancée. Alors certes, au début, j'ai bégayé, j'ai bafouillé, je n'ai pas su répondre aux objections, je ne préparais pas assez mes rendez-vous... Mais au moins j'ai surpassé ma peur en me lançant, je suis passée à l'action et de là tout a changé. Ma perception de la vente a évolué au fur et à mesure que je pratiquais.

Après un deuxième, puis troisième, puis au bout d'un énième appel, j'ai senti l'assurance prendre le dessus sur la peur.

Lance-toi dès à présent et constate par toi même qu'en fin de compte, ce n'est pas si dramatique. Laisse la peur s'en aller et faire place à la conviction, la détermination et mieux encore la certitude. S'exercer et se remettre en question est la seule manière de progresser.

J'adore cette citation de Maxime Victor qui dit : *“Il faut avoir le courage de commencer, et le courage de ne pas renoncer.”*

Et enfin, persévère, car la meilleure manière d'échouer, c'est justement d'abandonner.

Garde en tête que : Fait est mieux que Parfait ! J'aime bien cette citation que répète un de mes mentors, qui dit qu'un imbécile qui marche ira toujours plus loin que deux intellectuels assis.

Je t'invite également à faire de tes croyances aidantes des Mantras ! Alors n'hésite pas à les recopier au propre sur un joli papier illustré de ta plus belle plume et à les relire avant une action commerciale : prospection, négociation, closing... Cela élèvera ton niveau d'énergie. Et l'énergie est primordiale en vente.

Si tu suis ces premières étapes ce sera le début du changement et tu constateras les premiers résultats prometteurs pour la suite. Alors... prêt à relever le défi ?

## 1.6 Que signifie vendre pour moi ?

Avant de te partager ma définition de la vente j'aimerais te partager la définition "classique" de la vente. D'après la définition du Larousse, vendre consiste à " céder la propriété de quelque chose à quelqu'un, en échange d'une certaine somme d'argent ".

En d'autres termes, cela se résumerait à proposer une offre contre de l'argent.

Voici ma définition de la vente : rendre service aux autres ! Vendre c'est servir les autres. Vendre c'est tout simplement résoudre une problématique sur le marché, et être rémunéré en retour.

Ce que j'ai compris de la vente, au travers de mes 12 années d'expérience dans ce domaine, c'est que la vente c'est 80% de psychologie et seulement 20% de techniques.

Tu sais, j'ai certes fait une école de commerce international, mais je peux te confirmer qu'à compétences égales, ce qui fait la différence entre les meilleurs vendeurs et les vendeurs moyens, c'est leur psychologie. Et comme tu le sais, la psychologie est liée à l'état d'esprit.

*"Le succès n'est pas quelque chose que l'on poursuit, le succès est quelque chose que l'on attire en devenant une meilleure personne." – Jim Rohn.*

Cette belle citation s'applique d'autant plus quand on est dans une posture de vendeur.

Pour moi, vendre ce n'est pas aller à la chasse aux prospects. C'est réussir à attirer vers soi les prospects qui nous correspondent.

Alors sors de cette illusion que tu dois à tout prix poursuivre tes prospects. C'est une stratégie, mais ce que je trouve encore plus fun, c'est de réussir à attirer ta cible idéale tel un aimant.

Pour ma part, j'adore renverser les rôles, où c'est le prospect qui ressent l'envie d'en savoir plus sur mes services. Là je ne cherche pas à vendre, mais c'est lui qui veut acheter. Et comment faire, me demanderas-tu ?

Pour cela, il faut tout simplement que tu adoptes les bonnes stratégies d'attraction, mais surtout que tu adoptes une personnalité attrayante.

Si tu suis toutes les étapes que je te partage dans ce livre, tu parviendras à comprendre comment y arriver avant même d'arriver à la fin de l'ouvrage.

## Clé #2 : VISION

### Trouve le but ultime du jeu

*“Créez la vision la plus haute et la plus grande possible pour votre vie, car vous devenez ce que vous croyez.” – Oprah Winfrey*

## 2.1 L'importance de te fixer un but

Selon toi, pourquoi est-il important de se fixer un but précis ?  
Je t'invite à utiliser ton bloc-note pour répondre à la question.

Si tu ne sais pas où tu vas, comment veux-tu y arriver ? Avoir un but clair permet de préciser ta vision. Ta vision est ta destination. Donc c'est en ayant une destination en tête que tu pourras prendre la bonne direction pour arriver à ta destination. Sans but, tu n'auras pas de direction. Sans direction tu ne sauras pas comment te rendre à destination.

Pourquoi souhaites-tu atteindre ce but ? C'est une excellente question à laquelle je t'invite à répondre.

Comment atteindre ton but ? C'est généralement sur ce point-là que la plupart des gens restent coincés.

J'ai une autre question pour toi, selon toi qu'est ce qui est le plus important entre le "Pourquoi" et le "Comment" ?

La plupart des gens pensent que le Pourquoi est aussi important que le Comment, ou qu'il est légèrement plus important, mais que le Comment pèse de manière conséquente dans la balance.

En Business, les Entrepreneurs utilisent la fameuse loi de Pareto pour affirmer que le "Pourquoi" est plus important à 80% et accordent 20% au "Comment". Ce qui est déjà un bon début.

Pour ma part (et je te parle d'expérience personnelle), le Pourquoi est plus important à 99% pour ne pas dire 100%.

Arrête de te focaliser sur le “Comment” comme la plupart des gens ! Une expression célèbre dit : “tous les chemins mènent à Rome” ! Il y a d'innombrables “Comment”.

La vie m'a prouvé à plusieurs reprises que quand je veux quelque chose, je n'ai pas besoin de savoir comment je vais l'obtenir. Si je sais pourquoi je le veux, le comment me parviendra.

Je te l'accorde, il faut faire preuve d'un sacré lâcher-prise pour intégrer cela, car la société nous pousse à trop nous concentrer sur le Comment.

Tu dois également avoir une foi inébranlable en toi et en la Vie, pour comprendre que le Comment n'est pas de ton ressort, mais que les choses se passent toujours comme prévu dès lors que tu sais pourquoi.

Ce que tu dois comprendre également pour clarifier ton but, c'est que tout commence par ta pensée. Henry Ford disait : *“Si tu penses que tu peux, ou si tu penses que tu ne peux pas, dans les cas tu as raison”*.

Donc si tu penses que ce n'est pas possible d'atteindre ton but, c'est perdu d'avance. Peu importe tous les Comment possibles.

Si tu n'as pas encore les résultats que tu veux, ce n'est pas en modifiant tes actions que tu auras des résultats différents, mais c'est en changeant ta manière de penser.

Ce sont nos pensées qui influencent nos émotions, puis nos émotions influencent nos actions et de là, nous voyons les résultats.

Alors la question que j'ai pour toi est la suivante :  
quelles sont tes pensées dominantes ?

Si tu veux changer ta vie et atteindre ton but, commence par changer ta manière de penser !

## 2.2 Vue vs Vision

**Ce que tu vois avec tes yeux... est différent de ce qui est possible !**

J'aime aborder les notions de Vue et de Vision, car trop souvent les gens confondent leur réalité actuelle avec le champ des possibilités illimités.

Es-tu focalisé sur la Vue ou sur la Vision ? Se focaliser sur la Vue, selon moi, c'est voir seulement ses résultats actuels. La Vue nous limite, alors que la Vision nous élève vers de nouveaux horizons.

Nos circonstances actuelles ne sont que les résultats de nos choix passés. En faisant des nouveaux choix aujourd'hui, tu prépares un futur différent. J'aime cette citation d' Einstein qui dit que *“la folie c'est de faire les mêmes choses, et d'espérer avoir des résultats différents”*.

La faiblesse de la Vue, nous empêche de réaliser que “Tout est possible !” et que nos seules limites sont celles que nous nous imposons.

Là où tu es aujourd'hui est simplement ton point de départ, mais ce n'est nullement ta destination. Quand tu comprends que ton présent reflète tes choix passés, tu réalises alors le véritable pouvoir que tu as dans le moment présent. Le futur se crée donc... dans le présent.

## 2.3 Comment fixer le meilleur but

J'ai une série de questions à te poser pour fixer le meilleur but. Je t'invite à prendre ton bloc-note et à y répondre.

À quoi ressemblerait pour toi une Vie de Succès ?

Prends le temps de décrire avec précision ta vie si tu vivais dans l'amour, l'abondance et que tu avais tout le temps que tu désires.

À quoi tu passes tes journées ? Avec qui ? Où es-tu ? Que vois-tu ? Qu'entends-tu ? Que ressens-tu ?

Pourquoi est-ce important pour toi de réussir à matérialiser cette vision ?

Si tu trouves plusieurs raisons, re-questionne le Pourquoi de chaque raison et creuse en profondeur.

Qu'est-ce qui t'empêche d'atteindre cette Vie décrite plus haut ?

C'est le moment d'être honnête avec toi même sans tourner autour du pot. Qu'est-ce qui fait que tu n'as pas encore atteint les résultats auxquels tu aspires ?

Une fois que cette première étape est faite, tu devrais avoir plus de clarté sur ta vision.

À présent, il est temps de déterminer tes objectifs à court, moyen et long terme, qui te permettront d'aller vers cette vie de succès décrite juste plus haut.

**Les objectifs à court terme** sont généralement des objectifs opérationnels.

Qu'aimerais-tu accomplir dans les 3 à 6 prochains mois ?

**Les objectifs à moyen terme** sont généralement des objectifs tactiques.

Qu'aimerais-tu accomplir dans les 6 mois à 1 an ?

**Les objectifs à long terme** sont généralement des objectifs stratégiques.

Qu'aimerais-tu accomplir dans les 1 à 3 ans (voir même 5 ans ou plus) ?

## 2.4 Visualise ta destination

Walt Disney disait : *“If you can dream it, you can do it”* (si tu peux le rêver, tu peux le faire). C’est le pouvoir de la visualisation.

Si tu fais du développement personnel, tu as sûrement entendu parler de la visualisation.

Visualiser c’est se représenter mentalement quelque chose. Tu as décrit dans la partie précédente ta vie de succès. L’idée maintenant est de prendre le temps de visualiser régulièrement cette vie décrite plus haut.

Si tu réussis à te projeter en t’imaginant accomplir ta vision, que tu répètes l’exercice fréquemment et qu’ensuite tu passes à l’action tout en ayant confiance que c’est possible d’y arriver, il n’y a aucune raison que ta vision ne se concrétise pas.

Nous avons la chance en tant qu’Être Humain, d’avoir un super outil que l’on appelle : le cerveau. Nous avons cette capacité innée, de nous créer nos propres films mentaux. Sauf qu’en grandissant, la plupart des gens ne prennent plus le temps d’imaginer comme le font les enfants. Il est temps pour toi, de retrouver ton âme d’enfant et de prendre un temps pour toi chaque jour, pour imaginer ce que serait ta vie de succès.

Je ne vais pas me lancer dans un cours de spiritualité ou de méta-physique pour t’expliquer la puissance de la visualisation

(YouTube ou Google seront mieux placés que moi si tu veux faire des recherches), mais à la question : “est-ce que ça fonctionne ?”...

Je peux te parler en connaissance de cause et t’affirmer que oui, ça fonctionne !

Quand j’ai été recrutée pour mon deuxième CDI après mes études, j’ai eu la chance de rejoindre une start up digitale en tant que Sales Development Representative. Mon Manager m’a demandé : “Que feras-tu si tu atteins ton objectif et que tu déclenches des commissions ?” Et je lui ai répondu : “Je m’offrirai un voyage à New York !”

De là, mon objectif personnel n’était plus de me contenter d’atteindre l’objectif professionnel que l’on m’avait fixé, mais d’aller tout simplement à New York.

J’ai alors pris le temps de visualiser ma destination et j’étais certaine que j’atteindrais mon objectif. Je me projetais déjà dans les endroits que je voyais dans les films ou les vidéo-clips : me poser sur les fameuses marches de Broadway, traverser le pont de Brooklyn, contempler la vue à 360° depuis le Top of The Rock, conduire sur Manhattan en écoutant la chanson “New York” d’Alicia Keys...

J’aime bien dire que *Life is Magic* (la Vie est magique) ! Quand tu sais ce que tu veux, peu importe comment tu réussis à attirer vers

toi les bonnes situations, les bons événements, les bonnes personnes, les bonnes opportunités qui te permettent d'avancer vers ton objectif.

Bien évidemment, se focaliser sur le Pourquoi plutôt que sur le Comment ne veut pas dire croiser les doigts et attendre que les choses se mettent en place toutes seules. Il faut passer à l'action tout en cultivant la foi dans sa vision.

En ayant cet objectif en tête, j'ai non seulement réussi à attirer de belles opportunités et à me hisser parmi les tops performers au niveau mondial, mais 3 mois après mes débuts, le CEO de l'entreprise m'envoyait en Angleterre, former une équipe de 10 commerciaux afin de leur partager "mon secret".

Et la question que l'on me posait le plus fréquemment était : "Quel est ton secret ?"

À cela, je répondais que mon secret c'est le Mindset. Et c'est d'ailleurs toute l'essence de ce que je te partage dans ce livre.

Deux mois après cette belle expérience, je visitais New York pour la première fois et... oui, j'ai vécu tout ce que j'avais visualisé en amont. C'était une superbe expérience et j'en ai même profité pour refaire un tour au Canada (là où mon aventure avec le développement personnel avait commencé, 7 ans auparavant) et j'en ai profité pour visiter de nouveaux endroits.

Voilà un superbe exemple de la puissance de la vision, mêlée à la visualisation.

## 2.5 Persévérance et résilience

Comme tu t'en doutes, le chemin vers la réussite n'est pas une ligne droite. L'aventure peut être simple, mais pas facile.

Tu vas rencontrer ce qu'on appelle des "montagnes russes émotionnelles". Il y a des jours où tu seras au plus haut et où tout va marcher sans le moindre effort. Et puis tout-à-coup, c'est la chute libre et même en reproduisant les mêmes actions, rien ne va fonctionner. C'est là que la plupart des gens abandonnent...

Je me souviens encore de cette citation de Napoleon Hill, que j'ai découverte à mes 19 ans et que j'ai gardée en tête depuis : "*Winners never quit, Quitters never win*" (les gagnants n'abandonnent jamais, les perdants ne gagnent jamais).

L'art de persévérer, c'est mettre en œuvre sa volonté, user de patience pour poursuivre ses efforts malgré les difficultés. Un Entrepreneur qui veut réussir à vendre doit rester ferme dans sa volonté de réussir et dans son attitude.

Faire preuve de résilience, c'est être en mesure de rebondir et de se reconstruire après des moments difficiles.

Combiner persévérance et résilience permet de se dépasser, s'accrocher et ne jamais baisser les bras.

Certaines personnes semblent détenir ces forces de manière innée, néanmoins il n'est jamais trop tard pour apprendre à les mobiliser.

Pourquoi est-il important de faire preuve de persévérance et de résilience dans la Vente ?

Si tu veux augmenter considérablement tes chances de closing, tu dois absolument faire preuve de persévérance et de résilience car c'est la seule façon d'atteindre ton but.

Pour survivre face aux montagnes russes émotionnelles, tu dois savoir pourquoi tu fais les choses, donc garder en tête ton but ultime.

Quand l'aventure commencera à être difficile, remémore toi pourquoi tu as commencé et pense aux regrets que tu auras si tu abandonnes la partie avant d'avoir gagné.

Rappelle toi également pourquoi il est important pour toi de réussir et d'aller jusqu'au bout.

Ton POURQUOI c'est la SEULE chose qui te poussera à ne pas abandonner !

## 2.6 La puissance de la vision

Je vais te partager deux exemples pour illustrer la puissance de la vision.

Le premier exemple que j'aimerais partager, s'est passé lorsque j'ai été recrutée sur un poste de Business Developer Confirmé pour une start up, toujours dans le digital.

J'avais un voyage au Kenya de planifié, deux semaines après ma date de démarrage et j'en avais informé mon manager.

Nous étions 3 nouveaux commerciaux et mon intention était claire : je vais partir en vacances pendant deux semaines, mais je veux quand même signer des contrats dès mon premier mois. Je me visualise alors atteindre mon objectif, tout simplement.

Puis je pars en vacances (d'ailleurs, c'était l'un des meilleurs voyages que j'ai faits et je recommande vivement cette destination). A mon retour sur les 3 commerciaux je suis la seule qui réussit à conclure des ventes en dépit de mon absence de 2 semaines.

À mon retour du Kenya (tu commences à comprendre à quel point j'aime voyager!), je me projette déjà pour mes prochaines vacances.

On est fin septembre, et je me dis qu'en décembre, j'aimerais partir en vacances, non pas pour deux semaines, mais cette fois pour un mois. Et là je me dis, par quel moyen je pourrais partir en vacances sans pression ni culpabilité ?

Nous étions 4 commerciaux, et nous devions réaliser chacun un objectif de 20 000 euros par mois. Je me suis dit qu'atteindre l'objectif ne serait pas suffisant pour justifier un mois de vacances.

J'ai alors pensé : "et si je faisais le double ?" Pas mal, mais... est-ce vraiment suffisant ? Alors je finis par me dire : "si je fais le triple, c'est jackpot... je pense même que mon manager va m'offrir mon voyage!".

De là, je me mets en tête de réaliser le triple de ce qu'on me demande, afin de partir sereinement en vacances.

Ce qui est intéressant, c'est que le défi est encore plus audacieux, sachant que le mois de décembre n'est généralement pas la période la plus propice au Business, avec les fêtes de fin d'année. Donc réussir à atteindre ne serait-ce que l'objectif des 20 000 euros, c'est déjà un challenge en soi.

Mais comme j'aime bien le dire, une fois de plus... "*Life is Magic*"! En me posant les bonnes questions, j'ai réussi une nouvelle fois à attirer vers moi les bonnes situations, les bonnes entreprises, les bons prospects, les bons interlocuteurs et très vite j'ai su que mon objectif serait atteignable.

Je suis tellement certaine que c'est possible d'y arriver, que je prends mes billets d'avion, sans en informer mon manager et je commence même à préparer mon voyage.

Je dois partir le 25 décembre et au 22 décembre, je suis encore très loin d'avoir atteint mon objectif. La pression commence à monter sachant que je pars dans 3 jours seulement...

Puis le 23 décembre, tout s'enchaîne. Je réussis à conclure une vente de plus 30 000 euros, soit le plus gros contrat jamais signé à l'époque dans l'entreprise, et j'enchaîne plusieurs autres contrats importants.

Ce mois-là, alors que mes 3 autres collègues réalisent un chiffre d'affaires d'environ 8 000 euros (ce que j'aurais normalement dû faire vu la période), je réalise tout simplement un chiffre d'affaires de plus 62 000 euros ! C'est ça, la puissance de la vision !

Tout est possible, et les seules limites sont celles que tu t'imposes ou que les autres t'imposent.

Alors quelle prochaine vision souhaites-tu accomplir ?



## Clé #3 : PRÉPARATION

### Choisis tes armes

*“Le succès arrive toujours lorsqu'une opportunité rencontre la préparation.”* – Albert Einstein

### 3.1 Pourquoi choisir tes armes ?

Que signifie pour toi “choisir ses armes” ? Pour rappel, pense à utiliser ton bloc-note pour répondre à cette question.

Quand j'étais jeune, je jouais de temps en temps aux jeux vidéo. Je pense qu'on est quasiment tous passés par là, n'est-ce pas ?

As-tu déjà joué au jeu *Mortal Kombat* ? J'adorais ce jeu et le plus intéressant, c'est qu'avant chaque combat, je devais choisir mon personnage ainsi que mes armes pour mener à bien les missions.

Eh bien dans la Vente, c'est pareil ! Tu dois prendre le temps de choisir les armes que tu vas utiliser, non pas pour gagner la guerre mais pour remporter une conquête.

L'objectif du Jeu de la Vente étant d'aller à la conquête de son client idéal.

Plus tu prendras le temps de connaître et de choisir tes armes, plus tu pourras tirer ton épingle du Jeu !

Et nous verrons dans les prochaines parties, l'importance de bien choisir ses armes.

### 3.2 La préparation c'est 80% de la Vente

As-tu déjà entendu parlé de la loi de la préparation ? Selon toi, quelle est la différence entre un Champion et un joueur lambda ?

Le Champion se prépare à gagner, grâce à ses entraînements intensifs, ce qui lui permet d'avoir des résultats au-dessus de la moyenne.

Pour atteindre ton but ultime, tu dois d'abord te concentrer sur la préparation.

Abraham Lincoln disait : *"Donnez-moi six heures pour couper un arbre, et je passerai les quatre premières heures à affûter la hache"*.

Tu as sûrement déjà entendu au moins une fois cette fameuse maxime : *"On ne planifie pas un échec, mais on échoue par manque de planification !"*. La planification fait partie de la préparation.

Alors il est temps pour toi de te préparer à réussir tes ventes. La préparation est la clé du succès. Le temps de la préparation est plus important que le temps de l'exécution.

Pour mieux vendre et augmenter tes taux de conversion, tu dois préparer le terrain. Ça tombe bien, ce livre te permet justement de le faire.

Prends le temps de préparer ta prospection si tu es dans une stratégie d'outbound (Tu vas chercher le client à la différence de l'Inbound où tu attires le client vers toi), de préparer tes entretiens de vente en t'informant en amont sur ton prospect avant le rendez-vous, de préparer les liens nécessaires pour conclure la vente...

### 3.3 Hard skills : Compétences techniques

Les “Hard Skills”, c’est tout simplement l’équivalent en français du “Savoir Faire”.

Cela correspond généralement à tout ce qui a trait aux : diplômes ou certificats, compétences techniques, connaissance de son produit ou service, du marché, de la concurrence... Mais également les techniques et stratégies commerciales, dans notre cas.

Ce sont généralement des compétences spécifiques et mesurables.

J’aimerais que tu puisses prendre le temps de répondre à ces deux questions :

1. Quels sont tes Hard Skills en Business ? (Fais la liste de tes compétences techniques)
2. Pourquoi, selon toi, est-ce important de les connaître et de les utiliser ?

Comme évoqué dans la première partie de ce chapitre, connaître tes armes et les choisir à bon escient te permettra de mieux préparer le terrain, de venir bien armé(e) pour remporter la victoire.

### 3.4 Soft Skills : Aptitudes relationnelles

Les “Soft Skills” en français, c’est l’équivalent du “Savoir Être”.

Cela correspond généralement à tout ce qui a trait aux compétences relationnelles, émotionnelles et humaines. Par exemple, les traits de caractère, l’attitude, la personnalité, la gestion des émotions...

À la différence des hard skills, les softs skills sont des compétences non quantifiables et difficilement mesurables.

J’aimerais que tu puisses prendre le temps de répondre à ces deux questions :

3. Quels sont tes Soft Skills en Business ? (Fais la liste de tes compétences relationnelles)
4. Pourquoi, selon toi, est-ce important de les connaître et de les utiliser ?

En Vente, il est primordial de connaître ses softs skills, mais également celles qui sont utilisées par les meilleurs vendeurs. Je peux d’ores et déjà te dire que parmi les principales soft skills que tu te dois de développer, il y a : la persuasion, l’écoute active, l’empathie, la persévérance...

### 3.5 Le secret sur les compétences

Selon toi, quel est le plus important entre les Hard skills et les Soft skills ?

Évidemment, l'un ne va pas sans l'autre. Si tu as répondu 50/50, alors laisse moi te reposer la question en utilisant la loi de Pareto. Que réponds-tu ?

Avant de répondre, imagine ce scénario : tu as en face de toi un grand pessimiste, compétent certes, mais pour qui rien ne va jamais quoi qu'il arrive; quelqu'un qui voit toujours le verre à moitié vide, même s'il est plein aux trois quarts... Que va-t'il se passer ? Je pense que tu as déjà la réponse.

Si tu travailles uniquement sur ta motivation, tu deviens un idiot motivé. Mais si tu passes tout ton temps à travailler uniquement sur les techniques, tu ne seras pas motivé. Et comme l'illustre un proverbe chinois : *“Un imbécile qui marche ira toujours plus loin que deux intellectuels assis.”*

Avoir des connaissances techniques est une chose, mais disposer des compétences relationnelles et émotionnelles en est une autre. À quoi bon être le plus expérimenté de tous sur un sujet, si le relationnel ne suit pas ? Si personne n'aime travailler avec toi ?

Si tu veux réussir à mieux vendre, tu te dois de miser davantage sur le Savoir Être que sur le Savoir Faire.

La raison pour laquelle j'affirme cela, c'est parce qu'au travers de mon expérience en vente, j'ai très vite compris que peu importe ton Savoir Faire, que tu vendes un produit ou un service, ce que les gens achètent avant tout c'est... toi !

Je me souviens qu'en entreprise, à diplôme égal, la différence se lisait dans mes résultats, non pas parce que j'utilisais la meilleure technique de vente, mais parce que j'avais réussi à développer une personnalité plaisante et attrayante.

Tes clients achètent ton authenticité, ta chaleur, ton sourire, ta sympathie, ton enthousiasme, ton énergie, ton professionnalisme, ta personnalité, ton assurance, ta conviction, ta certitude....

Au-delà du savoir-faire, c'est le savoir-être qui te permettra de réussir ! D'ailleurs, qu'est-ce qui fait qu'un Entrepreneur progresse plus vite qu'un autre ? Ses compétences techniques ou ses compétences relationnelles et émotionnelles ?

Alors... focus à 80% sur tes Softs-Skills et 20% sur tes Hards Skills.

### 3.6 Attitude ou aptitude ?

*“Your attitude, not your aptitude, will determine your altitude - Zig Ziglar”*

Ton attitude et non tes aptitudes, c'est ce qui va déterminer ton altitude !

Je me souviens de cette citation de Zig Ziglar qui a résonné en moi la première fois que je l'ai entendue et c'était il y a plus de dix ans. L'attitude est une question de soft skills, de savoir-être. Bien souvent, on n'y pense pas de prime abord quand il s'agit d'améliorer des compétences en Vente.

L'Attitude, voilà l'un des secrets des meilleurs vendeurs ! Considérer la vente comme un jeu, est avant tout une question d'attitude. La bonne attitude amène de bons résultats.

N'oublie pas que les seules limites sont celles que tu t'imposes, ou celles que les autres t'imposent et que tu acceptes.

Sais-tu que tes résultats actuels sont le reflet de ton état d'esprit ?

Si tu n'es pas satisfait de ces derniers, change alors d'attitude et tes résultats changeront en conséquence.

C'est aussi simple que ça !

*“If you expect to close, you will close”*

Si tu t’attends à closer le deal, tu closeras le deal. Beaucoup de personnes négligent l’aspect Attitude, ce qui fait pourtant la différence.

La réussite ou l’échec de ton activité ne sont pas causés par tes capacités mentales, mais par l’attitude mentale que tu adoptes. Je t’invite à prendre l’habitude d’adopter une attitude de gagnant. Tu dois avoir de l’assurance. Sois curieux, avec le sens de l’écoute, et intéresse-toi sincèrement aux gens.

Ce que tu dois retenir, c’est que les Soft Skills, ou le Savoir Être, est l’élément clé sur lequel tu dois focaliser ton attention si tu veux réussir à jouer au Jeu de la Vente. Les hard skills auront d’autant plus d’impact si l’aspect soft skills est maîtrisé.

Les tops performers comprennent l’importance de développer une personnalité plaisante, car ils ont compris que les clients les achètent eux avant tout !

Le développement personnel est le meilleur investissement que tu puisses faire pour développer tes softs skills. Le Mindset est la clé pour atteindre plus rapidement tes objectifs et pour ce faire : travaille chaque jour sur tes Softs Skills, davantage que sur tes Hard Skills !

## Clé #4 : TRANSFORMATION

### Fais du rejet ton meilleur allié

*“J’ai appris que le courage n’est pas l’absence de peur, mais la capacité de la vaincre.” – Nelson Mandela*

## 4.1 Pourquoi as-tu peur de vendre ?

Si tu n'avais plus jamais peur de vendre, quel impact cela aurait-il dans ton Business ? C'est une excellente question sur laquelle je t'invite à méditer, puis prendre le temps d'y répondre.

J'aimerais également que tu puisses répondre à ces questions :

- Pourquoi as-tu peur de vendre ?
- D'où vient cette peur ?
- Cette peur est-elle réelle ?
- Qu'est ce que cela représente pour toi de réussir à vendre ?

La plupart des gens ne gagnent jamais au Jeu de la Vente, car ils ont peur de perdre ! Combien d'entrepreneurs font les choses gratuitement par peur d'un refus ou à cause du syndrome de l'imposteur ?

Quand on parle de peur de vendre, il y a différentes formes de peur. Identifie celles que tu reconnais chez toi.

### **Peur du rejet ou du refus**

As-tu peur d'être rejeté ? Peur qu'on te dise Non ?

**Peur du jugement** (Du regard de l'autre ou de la critique)  
Beaucoup de personnes n'osent pas vendre car elles ont peur d'être critiquées !

## **Peur de l'échec ou peur du succès**

Certaines personnes ont certes peur d'échouer, mais d'autres ont plutôt peur de réussir. Nelson Mandela, dans un de ses discours, nous partageait que l'une des peurs les plus profondes est celle de briller. Est-ce que ton envie de réussir est supérieure à ta peur d'échouer ?

Ce qu'il faut savoir, c'est qu'avoir peur c'est normal ! Mais la peur est avant tout dans ta tête ! La peur est une illusion, la peur n'est pas réelle, c'est une perception erronée.

Va voir ce qui se cache derrière. Arrête de vouloir fuir, car ce que tu fuis te poursuit et ce à quoi tu résistes, persiste ! La peur est juste une émotion !

### **La prochaine fois que tu as peur :**

- Ramène le calme en toi (Méditation, exercice de respiration consciente, prend l'air...)
- Pose les choses par écrit (Décharge ta charge mentale en couchant sur papier ton ressenti)
- Fais une visualisation (Visualise la situation idéale, visualise que tout se passe bien...)
- Passe à l'action ! Plus tu passes à l'action, plus la peur se dissipe. Et souviens-toi, le courage ce n'est pas l'absence de peur, mais bien le fait de faire les choses malgré la peur.

## 4.2 Décorrèle tes résultats de qui tu es

As-tu conscience que la peur du NON te paralyse et gâche tes chances de réussir ?

Ce qui fait que beaucoup de gens ont peur d'entendre "Non", c'est qu'ils le prennent personnellement. Quand tu entends quelqu'un te dire Non, cela te ramène peut-être à une blessure d'enfance.

Ce que j'ai compris et que je t'invite à intégrer, c'est que peu importe la personne qui te dira Non, ce n'est pas à toi qu'elle le dit, mais à elle-même !

Les gens achètent pour EUX et non pour toi !

Dès lors, à quoi sert-il de prendre les choses personnellement et d'en faire tout un plat ? N'est-ce pas perdre du temps ?

Tu vas me répondre... plus facile à dire qu'à faire ! Je le conçois. Voilà pourquoi c'est une habitude à prendre dès à présent et à pratiquer pour qu'elle devienne par la suite un automatisme.

Tu dois réussir à décorrélérer les résultats de tes actions de qui tu es. Ne sois pas offensé quand on te dit Non, car ça n'entache en rien ton intégrité.

Il y a ce que l'on fait, et il y a ce que l'on est. Autrement dit : ce que tu fais et ce que tu es, est différent de qui tu ES !

Pour y parvenir, je t'invite à adopter l'Art du lâcher-prise !

Lâche prise sur les situations et réactions extérieures, en comprenant que tu es un individu à part entière et ce que les gens feront ou pas n'impacte en aucun cas ton unicité.

## 4.3 Sois OK avec le Non

Est-ce que tu commences à percevoir ce fameux Non différemment ? Je t'ai indiqué précédemment que tu ne devais pas prendre le Non personnellement, car les gens achètent pour eux et non pour tes beaux yeux.

Ce qu'il faut savoir également, c'est que le Non peut signifier plusieurs choses :

- **NON = Pas pour le moment**

Dans la majorité des cas, quand un prospect te dit qu'il n'est pas intéressé, c'est parce que ce n'est pas le bon moment. Mais ce n'est pas parce que ce n'est pas le bon moment aujourd'hui, que ce ne sera jamais le bon moment.

Quand j'étais Business Developer, beaucoup de deals que j'ai été amenée à closer sont issus de personnes qui m'avaient initialement dit Non et ce, plusieurs fois avant de passer à l'action. Abandonner au premier refus est la seule manière d'échouer.

L'Argent se trouve dans le suivi, alors la prochaine fois qu'un prospect te dira Non : prends de la hauteur et recontacte le plus tard pour prendre de ses nouvelles.

- **NON = Je n'ai pas compris**

En anglais, on dit : "A confused mind doesn't buy". Ce qui veut dire : "un esprit confus n'achète pas".

Peut-être qu'en dépit de ton bon vouloir, ta proposition de valeur n'est pas assez claire dans l'esprit de ton client potentiel, ainsi c'est normal qu'il refuse de passer à l'action.

Tu dois poser des questions ouvertes et ne pas hésiter à reformuler pour anticiper ce type de refus. Garde en tête que même si ton prospect n'a pas compris, il ne te le dira pas (tu connais l'être humain et sa fierté).

Alors c'est à toi de clarifier le tout en amont, pour éviter ce type de Non. N'hésite pas à te remettre en question régulièrement en te mettant à la place de ton client potentiel et en te demandant si ton message est assez clair.

- **NON = Je ne suis pas la bonne cible**

Si tu ne t'adresses pas à la bonne cible, il est normal que la personne ne veuille pas acheter.

Dans beaucoup de cas, que ce soit des entreprises ou des entrepreneurs, le travail sur l'identification de la cible idéale n'a pas été fait en profondeur.

C'est une erreur de croire que l'on peut vendre à tout le monde. En voulant vendre à tout le monde, on ne vend finalement à personne.

Et ce que j'ai compris de mon expérience, c'est qu'on peut toujours affiner et peaufiner le portrait robot de son client idéal. Plus on a la bonne cible en face de soi, plus il est facile de vendre.

Alors si tu entends souvent Non, demande-toi si tu as en face de toi la bonne cible?

La prochaine fois que tu entendras Non, ne te braque pas, essaye de diagnostiquer de quel type de Non il s'agit et tu aviseras pour la suite. Ne dit-on pas que "c'est en forgeant qu'on devient forgeron" ?

Plus tu vas pratiquer, plus tu maîtriseras le Jeu et plus ce sera fun !

### **Es-tu prêt à relever un petit défi ?**

Fais une liste de 5 personnes de ton entourage susceptibles d'être intéressées par ce que tu proposes et appelle-les pour leur parler tout simplement de ton projet !

## 4.4 Prépare-toi face aux objections

Cette fameuse étape des objections est un moment tendu pour beaucoup de personnes.

Les mauvais vendeurs ont peur des objections. Les bons vendeurs aiment les objections et c'est une des parties du Jeu les plus amusantes.

Dans quelle catégorie te situes-tu ?

Quoi qu'il en soit, tu dois accepter de ne pas être bon dès le départ et c'est OK car ça fait partie du Jeu. Comme dirait Maxime Victor : *“il faut avoir le courage de commencer et le courage de ne pas renoncer”*.

Le courage ce n'est pas l'absence de peur, c'est simplement dépasser sa peur, avancer en dépit de celle-ci et se rendre compte que c'était faisable !

Si tu as peur des objections, cela indique alors que tu n'es pas assez préparé. Alors tu dois te préparer d'avantage !

Avoir des objections n'est pas une mauvaise chose, cela veut dire que le prospect en face de toi à un minimum d'intérêt mais qu'il a des peurs inavouées. Ton rôle est donc d'aller identifier ce qui se cache derrière chaque objection et de creuser pour trouver la raison profonde.

De plus, je t'invite à prendre l'habitude de travailler et de retravailler tes objections. Il y a souvent des fausses objections, la plus récurrente étant : "je n'ai pas le budget pour m'offrir ce service".

Une objection en cache souvent autre, et cela signifie que la valeur perçue par ton prospect de ta solution est basse comparé au niveau de son problème. Dans ce cas là, soit le prospect a besoin de plus de clarification sur certains points, ou encore serait-il possible que tu ne sois pas en face de la bonne cible ou du bon interlocuteur.

Quoi qu'il en soit, maîtriser l'art de répondre aux objections, c'est avant tout comprendre et identifier la véritable cause du refus de collaborer avec toi, et n'oublie pas : "pour le moment" ne veut pas dire que la décision est définitive.

In fine, plus tu auras de NON, plus tu maîtriseras ton sujet !

La première fois que j'ai pris le téléphone, tu penses vraiment que j'étais confiante, sereine, à l'aise ? Pas du tout ! Mais j'ai pris une grande inspiration et je me suis lancée !

Le meilleur remède contre la Peur c'est (et je vais te l'écrire en majuscule pour que tu puisses bien l'intégrer) : **PASSER À L'ACTION !**

## 4.5 Est-ce que l'échec existe ?

Est-ce que pour toi, un prospect qui te dit Non c'est un échec ?  
Est-ce que rater une vente est un échec ?

Je ne peux pas commencer cette partie sans mentionner ce grand homme qui m'inspire, Nelson Mandela : *“Je ne perds jamais, soit je gagne soit j'apprends”* !

Je pense que je pourrais m'arrêter là, car cette citation résume toute ma philosophie de vie !

Pour aller plus loin, laisse moi te citer un autre grand homme, Winston Churchill : *“Le succès c'est être capable d'aller d'échec en échec sans perdre son enthousiasme”*. Et je remplacerais le mot échec par : défi, challenge ou opportunité.

On peut certes rencontrer des difficultés ou des défaites temporaires, mais il ne faut pas les apparenter à des échecs ! Pour moi le véritable échec, c'est tout simplement d'abandonner la partie ! Tant que l'on continue de jouer, tôt ou tard on remportera la victoire.

Et cela me fait rire quand j'entends parfois des personnes dire qu'elles ont perdu une vente ! En réalité tu n'as rien perdu, car de base tu n'avais pas gagné ce client là. Donc au mieux, tu gagnes un client. Sinon, tu auras appris et vécu une nouvelle expérience.

Mais sors de cette idée de perte, car tu n'as rien perdu, dès lors que tu n'avais pas gagné ce client au départ !

Adopter cette manière de fonctionner te fait gagner une sacrée énergie ! Plus le temps de se lamenter pendant des heures, des jours ou des semaines, en se disant : j'ai perdu un client !

Alors il est temps pour toi de changer ta perception du mot échouer, et de poursuivre la partie !

## 4.6 Le défi du NON !

*“Celui qui sourit au lieu de s'emporter est toujours le plus fort”* - Proverbe japonais.

Quand tu entends un refus, est-ce que tu souris ou est-ce que tu t'emportes ?

Les meilleurs vendeurs sont ceux qui ont paradoxalement essayé le plus de refus. Prends dès à présent la décision de remplacer les « Non » par : « pas pour le moment ».

Comme précisé précédemment, un Non est rarement définitif. Je suis également certaine qu'au-delà de mon expérience, plusieurs vendeurs pourront témoigner que parmi les plus gros deals qu'ils ont été amenés à signer, la plupart avaient initialement dit non.

La PEUR ne doit plus être une EXCUSE pour ne pas passer à l'action !

Derrière la peur, tu vas découvrir ce que tu veux véritablement. Ne fais pas de ta peur ton ennemie mais fais-en une amie, une alliée. Ose aller voir ce qui se cache de l'autre côté ! Chaque fois que l'on a fait des choses qui nous faisaient peur, on a avancé !

Pour atteindre ton objectif, Passe à l'ACTION ! Et d'ailleurs en parlant d'action, je vais te partager l'histoire du défi du Non.

Je travaillais pour une startup digitale et mon Manager a proposé à l'équipe commerciale un challenge atypique : appeler un maximum de prospects, non pas pour booker des rendez-vous mais pour obtenir un maximum de Non. Oui tu as bien lu : appeler des entreprises en ayant pour objectif de se faire bâcher en tout état de conscience.

C'était vraiment une superbe expérience, car d'habitude on passait des appels pour avoir des Oui et là, justement, on nous demandait de chercher le plus de Non possible.

Tout le monde a joué le jeu et tout le monde était content pour une fois d'avoir des refus ! Certains criaient en disant : "j'ai obtenu un Non, Youpi !" et d'autres : "Oh mince, je viens d'obtenir un Oui"... assez déroutant n'est-ce pas ?

Mais là où c'est intéressant, c'est qu'à la fin de la journée, au moment de faire les scores, les commerciaux qui avaient remporté le challenge en récoltant un maximum de Non, étaient également les commerciaux qui avaient le plus vendu ! WoW... sérieux ?!

C'est étrange, comment cela s'explique-t-il, te demandes-tu sûrement ? Tout simplement parce que ce sont ceux qui ont passé le plus d'appels !

Eh oui, quand le Non n'est plus un enjeu, on décroche son téléphone sans appréhension.

Résultat, on discute avec plus de personnes et la loi des nombres fait que mathématiquement, plus tu as d'échanges, plus tu as de personnes intéressées par ce que tu proposes.

Voilà la morale de l'histoire que voulait nous enseigner notre manager. Depuis, je peux te garantir que le téléphone est devenu mon meilleur ami et que je suis devenue beaucoup plus à l'aise dans ma prospection, tout en me détachant des résultats.

À présent, es-tu prêt à relever ce défi dans ton activité actuelle ? Si tu le fais, je serais ravie que tu me partages tes résultats sur les réseaux sociaux ou en m'écrivant un mail.



## Clé #5 : PERSUASION

### Conquiers le client

*“La meilleure arme de persuasion que tu possèdes dans ton arsenal est l'intégrité.” – Zig Ziglar*

## 5.1 Définis ton Avatar Client

### **C'est quoi un avatar client ?**

Parmi les causes de refus, je t'ai indiqué en raison 3, que certaines entreprises ou entrepreneurs ne prenaient pas le temps d'aller en profondeur dans l'identification de leur client idéal, qu'on peut appeler également "avatar client". L'avatar est simplement un profil type de son client idéal.

### **Pourquoi est- il important de définir un avatar client ?**

Comme précisé précédemment, si tu penses que tu peux vendre à tout le monde, laisse-moi te dire que personne ne se reconnaît dans l'expression "tout le monde". Par conséquent, personne ne va acheter.

Beaucoup de personnes pensent qu'en s'adressant à tout le monde, elles feront plus de ventes. Là encore, laisse-moi te dire que c'est exactement le contraire qui va se produire.

Plus tu es généraliste, plus tu vends à de la masse et moins ta valeur perçue est haute. Plus tu te spécialises et tu t'adresses à une cible spécifique, plus tu es perçu comme un expert et plus tu vends.

Si tu attires des personnes auprès de qui ton offre apporte une valeur minimale et qu'en plus ces personnes sont pénibles, est-ce que vendre sera fun d'après toi ? La réponse est évidente ! Pour faire de la vente un Jeu, tu dois identifier et accompagner les personnes les plus alignées à ton Business.

## **Comment trouver son avatar ?**

Pose-toi ces questions : à qui mon offre pourrait apporter le plus de valeur et de résultats en un minimum de temps ? Avec quel type de profils je prends plaisir à travailler ?

Ensuite, essaye de dresser un portrait type, en définissant les informations générales : Prénom, Âge, Ville, Profession, Situation familiale, Loisirs, Plaisirs...

### **Puis définis ces 4 catégories :**

**Ses missions** : ses rêves, sa définition du succès, ses tâches au quotidien...

**Ses douleurs** : ses freins, ses problèmes, sa définition de l'échec.

**Face à ton offre** : ses questions, ses doutes, ses gains.

**Ses influences** : ses lectures, ses centres d'intérêts, ses passions...

N'hésite pas à ajouter toute autre information que tu juges utile et qui pourrait t'aider à reconnaître ton client idéal quand tu seras en face de lui.

La Vente devient un Jeu, seulement si on s'adresse à la bonne cible ! Sinon ça devient un challenge, où il faut se débattre pour convaincre quelqu'un qui ne saura pas tirer pleinement profit de l'offre de service proposée.

## 5.2 Valide ton offre / ton positionnement / ta niche / ton branding

Si tu veux faire de la Vente un Jeu, alors tu dois clarifier ton offre, ton positionnement, ta niche et ton branding.

Il y a **3 catégories d'offres** :

**Done For You (DFY)** : c'est toi qui va faire la prestation pour le client (Exemple : Prestation de service 100% externalisé, le client ne fait rien et c'est toi qui livre le produit ou service)

**Done With You (DWY)** : vous allez co-crée la solution avec ton client, tu vas faire avec lui (Exemple : Offre de coaching / d'accompagnement personnalisé)

**Do It Yourself (DIY)** : c'est ton client qui va tout faire lui même (Exemple : meuble IKEA à monter soi même)

Voyons à présent les **3 types de Business Model** :

**Business à Cash-Flow** : grâce à la révolution numérique, il est désormais simple (je n'ai pas dit facile) de lancer un Business en ligne qui permet de générer de l'argent (E-commerce, Infoprenariat, Prestations de services...).

À l'ère du numérique, les opportunités sont illimitées. Il suffit de faire preuve d'un peu de créativité !

**Business Traditionnel** : lancer une Startup ou une PME, investir dans des locaux et recruter des salariés. Avant l'explosion d'Internet, c'est plutôt de cette manière-là qu'on se lançait en affaires. Cela fonctionne toujours et il y a encore de belles opportunités !

**Business d'investissement** : ce qui est intéressant dans ce type de Business, c'est que tu investis de l'argent et cet argent va te créer des revenus passifs (Exemple : immobilier, société d'investissement, Bourse...). En revanche, il faut généralement un capital conséquent pour se lancer dans ce type de Business.

Nous avons vu précédemment l'importance de définir sa cible idéale. Voici à présent les types de **Business Cible** à considérer. Généralement on distingue le plus souvent deux catégories : le B2B et le B2C.

**B2B** : Business to Business (Quand on vend aux entreprises)

**B2C** : Business to Customer (Quand on vend aux particuliers)

Mais pour moi il est important de dissocier les entrepreneurs individuels des entreprises. Voilà pourquoi j'inclus aussi la notion de B2E.

**B2E** : Business to Entrepreneur (Vendre aux Solopreneur / Indépendants / Freelances...)

Maintenant que tu as clarifié ta catégorie d'offre, ton type de Business Model et ton Business Cible, passons à la validation de ta Niche.

## Qu'est-ce qu'une Niche ?

Pour commencer, sache qu'identifier un marché est différent d'identifier une niche. Un marché (Ex : La Santé) ou un segment de marché (Ex : la Nutrition) n'est pas une Niche.

Plus tu es capable de segmenter ton marché, plus il te sera facile de vendre.

### Voici des exemples de Niches dans la Santé :

Santé > Les addictions > Drogues > Cannabis

Santé > Bien-Être > Nutrition > Vegan

Santé > Sport > Perte de poids > Mamans

Pour valider ta niche, tu dois identifier et clarifier les besoins de ton marché : Problèmes / Douleurs, Peurs, Désirs. Les gens achètent pour deux raisons : s'éloigner d'un problème et se rapprocher d'un désir.

Les questions à te poser :

- Quelle est mon expertise ?
- Quelles sont les bénéfices / résultats qu'offre ma solution ?
- Quel est le besoin de mon prospect ?
- Quelle est la plus grande douleur de mon prospect ?
- Quelle émotion cette douleur engendre-t-elle ?

Pour finir, voici quelques tips pour créer une offre cohérente avec laquelle tu es aligné.

Pour commencer, je t'invite à revenir à ton “Ikigai” (méthode japonaise pour trouver sa raison d’être professionnelle). Et pour ce faire, je t'invite simplement à lister ces différents points :

- Ce que tu aimes faire (Tes passions)
- Ce pour quoi tu es doué(e) (Tes compétences)
- Ce pour quoi tu peux être bien rémunéré(e) (Ta profession)
- Ce dont le monde a besoin (Ta mission)

Ensuite souviens-toi de : Quel était ton Pourquoi (Vision) initial ?  
(Cf. Chapitre 2)

Beaucoup d'entrepreneurs veulent commencer à vendre tout et n'importe quoi dès le départ. Démarre dans la simplicité et reproduit le cycle :

1 client = 1 besoin = 1 offre = 1 résultat = 1 témoignage

Puis reproduis cette boucle et amplifie-la au fur et à mesure.

La Vente devient un Jeu quand tu proposes une offre irrésistible. Il s'agit d'une offre conçue pour une cible spécifique, qui apporte le maximum de résultats en un minimum de temps et qui est facile à délivrer pour toi.

D'où l'importance de toutes les étapes vues précédemment.

Pour ce faire, tu peux te poser ces questions :

- Est-ce que mon offre résout un problème unique sur une niche spécifique ?
- Est-ce que mon offre aboutit à une solution concrète ?
- Est-ce que mon offre est transformative ?
- Est-ce que la valeur perçue est au moins 10 fois supérieure au prix annoncé ?

### **Et pour finir, tu dois travailler ton Branding !**

Le branding c'est ton image de marque, ta réputation, la manière dont tu es perçu.

Rappelle-toi de ceci : tu es vu avant d'être entendu ! Alors si tu veux attirer ton client idéal, créer de la confiance et être perçu comme un professionnel (et non un amateur), tu dois trouver le moyen de définir une image de marque attrayante.

## 5.3 Trouve des nouveaux prospects

Pour trouver de nouveaux prospects, il est indispensable de faire en amont le travail d'identification de la cible (B2B, B2C, B2E). Peu importe la cible, pour moi on est toujours dans le H2H (Human to Human : humain à humain) ou le P2P (People to People : personne à personne). Que tu t'adresses à une société ou à un particulier, tu auras toujours en face de toi un individu, un être humain. D'où l'importance de maîtriser l'art des relations humaines.

Il y a plusieurs manières de trouver de nouveaux prospects ! Pour t'en citer quelques unes :

**Le contact suite au “Show Up”** : en intervenant dans un évènement ou en y participant (présentiel ou online), tu peux entrer en contact avec plusieurs prospects potentiels.

**Le contact via recommandation** : se faire recommander ou demander directement des recommandations est une excellente manière de trouver de nouveaux prospects.

**Le contact prospecté** : le plus commun est d'aller directement prospecter la cible qui nous intéresse. Nous allons voir juste après où faire cette prospection.

### Où se trouvent tes prospects B2B / B2E ?

Dans le milieu corporate, on peut également retrouver le terme ICP (Ideal Customer Profile) pour désigner le portrait robot de la cible idéale.

Par exemple, la cible peut être : TPE ? PME ? Startup ? Grands groupes ?

Quel est ensuite l'interlocuteur ciblé : Assistant, Cadre, C-Levels, Fondateur/CEO ?

Pour trouver ce type de prospect, un outil accessible et inévitable c'est le réseau social professionnel : **LinkedIn** ! C'est une superbe plateforme où tu peux facilement identifier et entrer directement en contact avec les personnes qui t'intéressent. LinkedIn a été conçu pour aider les professionnels et entrepreneurs à élargir leur réseau professionnel, à trouver de nouvelles opportunités et à développer leur image de marque.

D'autres possibilités s'offrent à toi : les **Salons Professionnels**. Peu importe l'industrie dans laquelle tu es, il y a certainement des événements qui sont organisés sur tes sujets de prédilection. Alors je t'invite à te renseigner sur ce qui se fait et à y aller, soit en tant que participant, soit en tant qu'intervenant pour asseoir ta notoriété et rencontrer des prospects potentiels.

**Les Pages Jaunes**, tu connais ? Tu penses que c'est *has been* ? Sache qu'à l'ère du digital, tu as également les annuaires en ligne. Une petite anecdote, j'ai trouvé mon stage au Canada en appelant directement des entreprises trouvées sur les pages jaunes canadiennes.

**Google** est ton ami ! Tu peux prospecter des nouveaux clients B2B simplement en tapant des mots clés dans la barre de recherche Google. Quand je travaillais en entreprise, j'ai trouvé beaucoup de clients de cette manière. Alors à toi de jouer !

## Où se trouvent tes prospects B2C / B2E ?

En B2C, ta cible principale c'est ton avatar client. À cette étape de la lecture, tu l'as identifié. Si ce n'est pas encore fait, je t'invite à le faire avant de poursuivre ta lecture.

Si en B2B la plateforme de prédilection est LinkedIn, en B2C ou en B2E les deux plateformes accessibles pour prospecter des particuliers ou des solopreneurs sont inévitablement : **Facebook** et / ou **Instagram**. Ces deux réseaux sociaux ne sont plus à présenter. Des millions d'utilisateurs actifs y surfent tous les jours. Ce sont de véritables mines d'or pour se faire connaître, asseoir sa notoriété, échanger de manière accessible et trouver de nouveaux clients.

Si tu es à l'aise avec la prise de parole en public, ou si tu souhaites t'y entraîner, un nouveau réseau social audio a été récemment lancé : **ClubHouse**. Tu peux grâce à une application mobile, te connecter et échanger de vive voix avec plusieurs entrepreneurs ou particuliers partout dans le monde sur des thématiques spécifiques. Si ce n'est pas encore fait, n'hésite pas à tester et voir ce que ça donne !

Comme évoqué précédemment, que tu t'adresses à une entreprise où à un particulier, dans tous les cas tu t'adresses à un humain. Alors sache que tu peux également utiliser **LinkedIn** si tu souhaites prospecter des particuliers, car quand une personne sort de son rôle professionnel, elle devient un individu à part entière. Si on prend l'exemple d'un Coach sportif qui cible les particuliers, mais les femmes actives, il pourra alors les contacter sur LinkedIn.

Si tu es dans un Business où le visuel, l'inspiration et la créativité sont à l'honneur, une plateforme intéressante où tu peux trouver des prospects et te faire connaître, c'est **Pinterest**.

Ce dernier mélange les concepts de réseautage social et de partage de photographies. Il permet à ses utilisateurs de partager leurs centres d'intérêt et passions à travers des albums de photographies. Si tu es dans l'univers de la décoration, de la cuisine, de l'image, alors tu peux utiliser Pinterest pour trouver de nouveaux prospects.

Dans le milieu B2C / B2E un excellent levier d'acquisition de prospects : **les évènements**. Tu peux organiser ton propre évènement, participer à un évènement dans ta niche ou même y intervenir. Rencontrer physiquement ou virtuellement des prospects est l'une des meilleures manières de se faire connaître et de les convertir en clients.

### **Quel(s) outil(s) de prospection utiliser ?**

Utilise l'outil avec lequel tu te sens le plus aligné pour commencer, mais n'hésite pas à découvrir / tester de nouveaux outils pour sortir de ta zone de confort, ça peut être fun.

## **Le téléphone**

Le premier outil qui pour moi reste le plus efficace et qui doit être le meilleur ami de tout Entrepreneur / Vendeur qui se respecte, c'est le téléphone ! Le **téléphone** doit être ton meilleur ami. On gagne un temps considérable en ayant quelqu'un au bout du fil, plutôt qu'en échangeant parfois des messages interminables.

## **Les emails**

L'emailing est une bonne manière de prospecter, à condition d'avoir en amont une liste emails qualifiée et à jour. Beaucoup de bases de données sont obsolètes, donc si tu veux faire de l'emailing, tu dois t'assurer d'avoir un système d'acquisition d'emails opérationnel, fonctionnel et automatisé, pour alimenter cette liste continuellement et la faire grossir jour après jour.

## **Les messages privés**

La plupart des réseaux sociaux offrent la possibilité d'envoyer des messages directs à leurs utilisateurs (Facebook, Instagram, LinkedIn...). Initier des conversations pour apprendre à comprendre ta cible idéale est une belle façon de se faire connaître et de créer des relations d'affaires.

## Les conversations physiques

Il n'y a rien de plus puissant que les échanges en présentiel. Tu peux ressentir en direct l'énergie de ton interlocuteur, créer du lien et avoir une véritable expérience humaine.

Pour ce faire, il faut être à l'aise en prise de parole en *one to one* (individuel) ou en *one to many* (lorsque tu t'adresses à un groupe).

Mais même si tu ne l'es pas au départ, c'est OK... c'est en pratiquant qu'on acquiert l'expérience.

## La Vidéo

La vidéo est un excellent outil qui permet de prospecter, mais également de se faire connaître. Tu peux poster une vidéo qui apporte de la valeur à ta cible et la publier sur les réseaux sociaux ou sur YouTube. D'ailleurs, ce dernier est un excellent outil (si tu y es correctement référencé), non pas pour prospecter, mais pour attirer ta cible idéale. Pour cela, tu dois utiliser les bons leviers pour gagner en visibilité et faire grandir ta communauté.

## Lead Magnet

Tu peux également prévoir un **Lead Magnet**, à savoir un cadeau que tu offres à ta cible, qui a pour but de montrer que tu maîtrises ton sujet et où tu y apportes de la valeur : eBook, livre blanc ou contenu offert, appel diagnostic / découverte / clarté / stratégique, webinar offert, dégustation ou échantillon (pour certains produits physiques), etc.

Un “*tip*” qu’un de mes mentors m’avait partagé : les **4 C en ligne** que tu peux utiliser :

**Communiquer** : trouve une manière de communiquer sur ce que tu fais, car si personne ne sait ce que tu fais, comment peux-tu avoir des nouveaux clients ?

**Connecter** : trouve une manière de te connecter auprès de ta cible idéale.

**Converser** : une fois connecté, tu dois initier des échanges et identifier sa problématique.

**Closer** : ensuite c’est à toi de jouer pour conclure la vente ! On en reparle juste après dans la dernière sous-partie de ce chapitre sur la Persuasion.

## 5.4 Apprends à connaître ton prospect

La première chose à comprendre, si tu veux connaître ton prospect, c'est qu'il y a différents niveaux de conscience que l'on pourrait schématiser sous forme de pyramide : en allant du niveau le plus bas, le prospect non éveillé, au niveau le plus haut le prospect le plus éveillé (prêt à acheter).



### **Le prospect non éveillé**

Le niveau 5 (niveau le plus bas) c'est le prospect non éveillé, c'est-à-dire qu'il ne sait même pas qu'il a un problème, il est dans l'inconscience. Généralement face à ce type de prospect, un gros travail d'éducation est à faire pour lui permettre de conscientiser qu'il y a un problème à régler.

### **Le prospect éveillé au problème**

Le niveau 4 est le prospect éveillé au problème, ce qui signifie qu'il est conscient qu'il a un problème, mais à ce stade, il ne sait pas encore que des solutions existent. Ton rôle pour ce type de prospect sera de l'éduquer sur les solutions potentielles qui existent pour régler son problème.

### **Le prospect éveillé à la solution**

Ce troisième niveau de conscience est intéressant, car le prospect a un problème identifié et sait qu'il existe des solutions pour le résoudre... mais il ne connaît pas encore ta solution. Ton rôle à présent, sera de lui communiquer ta solution afin qu'il en ait connaissance et puisse étudier cette possibilité-là.

### **Le prospect éveillé au produit**

On arrive au niveau 2 et ça devient de plus en plus intéressant. Le prospect à ce stade a un problème et sait que ta solution pourrait lui convenir. Et c'est là que tu vas sortir ton arme de persuasion, pour l'aider à prendre sa décision et que pour lui ce soit évident que ta solution est la meilleure option pour lui. À toi de jouer !

### **Le prospect le plus éveillé**

La niveau 1, la dernière étape, celle que tout le monde aimerait avoir dès le départ, c'est le prospect chaud bouillant qui est prêt à payer et commencer immédiatement !

Quand on communique massivement, on est la plupart du temps sur les niveaux 5 (Prospect non éveillé), 4 (Prospect éveillé au problème) ou 3 (Prospect éveillé à la solution) de conscience.

Quand on a des gens au téléphone pour la première fois, on est sur les niveaux 3 (Prospect éveillé à la solution) ou 2 (Prospect éveillé au produit).

Enfin, quand en phase de négociation ou de closing on est sur les niveaux 2 (Prospect éveillé au produit) ou 1 (Prospect le plus éveillé).

Il est primordial d'identifier cela en amont pour adopter le discours adéquat. Si on cherche à faire passer quelqu'un à la caisse alors que la personne n'est qu'au niveau 3, il est normal que la vente ne se fasse pas. Voilà pourquoi identifier où se trouve son interlocuteur permet de fluidifier l'échange, de gagner du temps et de vendre plus facilement.

Si tu vends une offre de service à forte valeur ajoutée, il est intéressant de faire des appels de découverte / diagnostic / clarté / stratégique (appelle cela comme tu veux!) afin de creuser la problématique de ta cible, clarifier ses objectifs et voir si la solution que tu proposes peut réellement l'aider.

Lors de cet appel, il y a une structure simple à suivre :

**Situation actuelle** : faire le point sur les problématiques / challenges / défis actuels.

**Situation désirée** : quelle est la vision du prospect, où veut-il aller ?

**Obstacles / Freins / Problèmes** : identifier cela en posant des questions ouvertes.

**Ta solution** : le tremplin qui va lui permettre de s'éloigner de son problème et de se rapprocher de son désir.

Les bonnes questions amènent les bonnes réponses ! Alors parle le moins possible. On est sur 80% d'écoute active, et sur les 20% restants, je ne parle pas mais je pose des questions.

**Voici quelques qualités à utiliser durant cette phase :**

**L'Empathie** : se mettre à la place du prospect pour comprendre sa perception et son ressenti ;

**Rebondir et Reformuler** : rebondir sur les éléments que tu veux creuser et reformuler pour montrer à ton client potentiel que tu l'as bien compris.

**Assurance, Confiance, Certitude et Prestance**

**Énergie, Enthousiasme, Expertise**

## 5.5 Négocie comme un champion

Pour que la Vente soit un Jeu, il est primordial de partir sur une Négociation “Win - Win”, en d’autres termes une négociation gagnant-gagnant. L’idée étant de trouver un accord profitable aux deux parties.

Une première base pour négocier convenablement, c’est de reformuler les bénéfices de ce que tu proposes et non les caractéristiques techniques, comme la plupart des gens ont l’habitude de faire.

Un deuxième principe pour être dans le win - win, c’est qu’à chaque concession il doit y avoir une contrepartie. Par exemple, si le client souhaite payer en plusieurs fois, si tu acceptes, que peux-tu demander en contrepartie ?

Une qualité essentielle pour négocier c’est l’assertivité, qui est tout simplement une attitude, une posture d’affirmation de soi tout en respectant l’autre. Tu dois être ferme, avoir de l’assurance et être certain de la valeur que tu apportes dans la vie de ton client.

Pour rappel, on reste toujours sur 80 % d’écoute et 20% de questions. Je t’invite à poser des questions ouvertes et laisser les gens parler d’eux pour identifier leur cas. Sois vraiment dans une démarche d’écouter pour comprendre et non pour répondre.

Laisse moi d'ailleurs te partager la **Méthode SONCAS** pour identifier le type de client en face de toi.

**Sécurité** : le client a peur et cherche à être rassuré. Envisage alors des garanties et laisse-lui du temps.

**Orgueil** : le client veut se démarquer, avoir plus et mieux que les autres. Montre-lui qu'il aura du haut de gamme.

**Nouveau** : le client apprécie les nouvelles expériences. Favorise alors ton aspect innovation et tendance.

**Confort** : Le client cherche la facilité pour un minimum d'effort. Mets en avant la simplicité d'utilisation et le gain.

**Argent** : le client pense économies et rapport qualité/prix. Illustre le R.O.I. et pense à prévoir une ristourne symbolique.

**Sympathie** : le client privilégie le partenariat, la confiance. Je t'invite à créer une bonne relation avec lui, avec de la proximité.

Pour finir, laisse moi simplement te rappeler, que c'est toujours ton attitude qui fera la différence dans une négociation. Alors, quelle attitude décides-tu d'adopter ?

## 5.6 Conclus la vente

Est-ce que comme beaucoup, tu penses que le closing, conclure la vente, se fait à la fin ? En réalité, le closing se fait dès le départ. Il est donc primordial que le début soit bien fait.

As-tu déjà entendu parler de la métaphore de l'Iceberg ? Il y a deux types de raisons : les raisons superficielles (haut de l'iceberg, la partie visible) et les raisons profondes (bas de l'iceberg, la partie non visible mais pourtant la plus profonde et importante).

Premièrement, il y a ce que le client te dit de prime abord. On peut dire que c'est ce qu'il peut dire publiquement et qu'il assume : les raisons superficielles. Si tu restes à ce niveau-là, tu ne concluras pas la vente.

Deuxièmement, il y a les non dits, qui peuvent être conscients ou même inconscients : ce que le client potentiel ne dira pas de son plein gré. C'est donc à toi de creuser pour découvrir les raisons profondes qui vont motiver son passage à l'action. La réalité, c'est que beaucoup ne connaissent pas leur(s) raison(s) profonde(s). Ton échange apporte donc de la valeur. Il faudra ensuite la reformuler avant de proposer ta solution.

Alors, tu te demandes sûrement comment trouver les raisons profondes ? Pour commencer, en posant des questions ouvertes et en approfondissant les réponses. Le but est de trouver LA ou les raison(s) profonde(s).

Puis, en comprenant que la ou les raison(s) superficielle(s) ne permettront jamais de vendre. C'est là que beaucoup ratent leur vente, car ils n'ont pas conscience que le client est positionné sur des raisons superficielles.

Oui, les raisons superficielles sont celles que le client potentiel te donne d'abord verbalement, mais ce sont uniquement les raisons profondes qui permettent de vendre, car ce sont celles qui déclenchent des émotions !

**Voici quelques exemples de raisons superficielles vs raisons profondes :**

Raisons Superficielles	Raisons Profondes
Je veux perdre 10 kilos	Je veux que mon mari me regarde comme avant
Augmenter mon CA	J'ai honte d'avoir dû annuler les vacances à cause de mes revenus bas
Avoir de meilleurs clients	Je veux prouver à mon mari que je peux réussir
Je veux plus de visibilité...	C'est ma dernière chance, sinon je fais faillite et je dois vendre ma maison...

Retiens cette règle d'Or : **La vente est TOUJOURS ÉMOTIONNELLE !**

C'est de ta responsabilité de trouver la ou les raison(s) profonde(s) du client potentiel, car c'est la ou les raison(s) émotionnelle(s) qui font acheter. C'est toujours la raison profonde qui va guider et stimuler la vente. Donc c'est toujours l'émotion qui se vend.

Il faut comprendre que ton interlocuteur réfléchit logiquement, avec sa tête. Certes, il va « réfléchir » à ta proposition, peser le pour et le contre, mais ce n'est pas la raison qui déclenche l'achat.

Si tu restes uniquement sur le superficiel, il n'y aura pas de vente. Le client potentiel va agir et acheter uniquement si tu l'aides à identifier et trouver les vraies raisons qui font qu'il a besoin aujourd'hui d'une solution comme celle que tu proposes.

Pour trouver la ou les raison(s) profonde(s), il faut que tu trouves ce que représente l'objectif pour le client potentiel. Une question simple mais pourtant très efficace à poser est :

**“Qu'est ce que ça représente pour vous ?”**

Enfin, une technique pour vendre plus, c'est d'injecter de l'urgence. Si le prospect ne pense pas que son problème est urgent, il prendra le temps d'y réfléchir et vraisemblablement, une fois les émotions redescendues, la logique reprendra le dessus et il ne passera pas à l'action.

Une question que tu peux poser pour injecter de l'urgence c'est :  
**“Pourquoi c'est important pour vous de résoudre ce problème maintenant ?”**

Souviens-toi, la Vente est un Jeu. Plus tu joues, plus tu maîtrises le jeu. Mais si tu ne joues pas, tu ne peux pas t'améliorer, alors... let's keep playing (continuons de jouer)!



## Clé #6. ACCÉLÉRATION

### Approprié-toi le podium

*“Le succès ne se mesure pas à la quantité d'argent que vous gagnez, mais à l'impact que vous avez sur la vie des gens.” – Michelle Obama*

## 6.1 Game Over ?

**Penses-tu qu'une fois que tu as conclu la vente, le Jeu est terminé ?**

J'ose espérer que tu as répondu non. Ce serait une folie de penser qu'une fois que le client a acheté, le game s'arrête là. Au contraire, je dirais même que c'est l'inverse, c'est là que le vrai Jeu commence.

Certains entrepreneurs ou vendeurs pensent à tort, que le seul objectif de tout le processus de vente est de faire passer le client à la caisse. Une fois le paiement fait, ils oublient leur promesse initiale et tout le reste pour passer au client suivant.

Que se passe-t-il maintenant que le client t'a dit oui ? Quelle est la suite ?

Comment peux-tu t'assurer de tenir ta promesse ? Comment peux-tu t'assurer de la satisfaction de ton client ?

Ce sont des questions sur lesquelles tu dois méditer si tu veux aller à la prochaine étape du Jeu. D'ailleurs c'est précisément ce que nous verrons dans les prochaines parties de ce livre pour finir en beauté !

Alors sois prêt, car il est temps d'accélérer le Jeu.

## 6.2 Délivre ton offre

Une règle d'or pour apporter un maximum de satisfaction à ton client c'est de **promettre moins et délivrer plus** ! Combien de fois, dans ton expérience professionnelle, tu as été toi-même confronté à des vendeurs qui te promettent monts et merveilles juste pour arriver à leurs fins et une fois que tu as payé, plus rien ? As-tu envie de reproduire cela à ton tour ? Je suppose que non.

Alors, comment délivrer ton offre de la meilleure manière possible ?

Dès le départ, je t'invite à t'engager sincèrement sur ce que tu es capable de réaliser et de délivrer. La satisfaction de ton client doit être ton unique priorité. Alors fais des promesses réalistes et tenables.

S'il y a d'autres acteurs sur le marché, qui proposent le même type d'offre que la tienne, alors à toi de trouver une manière de te démarquer, en construisant une proposition de valeur unique. Demande toi : qu'est-ce que toi seul propose et qui ne peut être égalable ni comparable sur le marché ?

Je n'aime pas parler de concurrence, car je pars du principe que peu importe les solutions disponibles, chaque offre peut être mémorable et unique, si on réussit à trouver des angles de différenciation.

Chaque entrepreneur qui lance une idée a des valeurs intrinsèques, une histoire unique, une expérience spécifique et des talents qui lui sont propres.

Donc la seule personne avec qui tu dois entrer en concurrence, c'est avec toi même ! Une question pertinente à te poser c'est : Que peux-tu faire aujourd'hui pour être meilleur qu'hier ?

Et d'ailleurs, pour délivrer ta promesse de la meilleure manière possible, tu dois donner le meilleur de toi-même. La Qualité et l'Expertise doivent devenir tes mots d'ordre.

Enfin, je pense également que tu dois être accessible. Souviens-toi, que tu sois en B2B, B2C, B2E tu es toujours dans une relation d'humain à humain. Alors sois présent pour tes clients, montre-leur que tu as à cœur d'aller au bout de ton engagement et qu'ils ont eu raison de t'accorder leur confiance.

Il est de ta responsabilité, de mettre tous les moyens en œuvre pour délivrer ton offre et être certain d'avoir un client satisfait.

## 6.3 Fidélise ton client

La fidélisation client est une stratégie marketing et commerciale pour définir la démarche qui a pour but d'instaurer une relation durable et de confiance avec ses clients.

Pourquoi adopter une démarche de fidélisation client ?

Pour commencer, il faut savoir qu'acquérir un nouveau client coûte en moyenne 3 à 6 fois plus cher que d'en fidéliser un. Il est intéressant de comprendre l'importance du principe de rétention. La rétention client est un volet essentiel d'une stratégie de fidélisation. Il s'agit de mettre en place les moyens permettant de "retenir" un client qui pourrait "partir" et décider de ne plus être client.

Deuxièmement, un client satisfait parlera de ton entreprise à son entourage et cette promotion te sera donc offerte car tu auras fait le travail en amont.

Enfin, l'attachement d'un client est essentiel pour la prescription certes, mais également pour l'évolution de ton offre, que tu vendes des produits ou des services.

Je t'invite alors à aimer sincèrement entretenir des relations de qualité avec ton client. Et pour cela j'aime utiliser l'expression *being customer centric*, qui veut dire être orienté client.

Quand tu viens avec cette approche, tu es dans de la vente éthique et tu sais qu'un client satisfait vaut de l'or. En réalité, c'est l'une des meilleures manières d'accélérer dans son activité, car tu crées un cercle vertueux.

Pose toi cette question : Comment pourrais-tu fidéliser tes clients ? Laisse place à ta créativité.

Une clé que l'on a vu précédemment mais qui s'applique également si tu veux fidéliser tes clients : c'est de constamment être dans cette démarche de promettre moins et de délivrer plus ! Surprends tes clients (non pas négativement mais positivement), en offrant plus que ce à quoi ils s'attendaient en acceptant ta proposition. Ainsi ta valeur perçue auprès de ton client augmentera de manière significative.

Un principe très simple à comprendre et à intégrer : 20% de tes clients représentent 80% de ton CA. Alors tu dois identifier qui sont ces clients-là, puis les lister, car ils sont importants dans le développement de ton activité.

Ensuite, trouve un moyen de leur montrer ta reconnaissance : une attention particulière, un cadeau...

Pour finir, que ce soit un client dans les 20% ou dans les 80%, je t'invite à vérifier régulièrement la satisfaction de tes clients en les contactant directement.

Sans communication, il peut y avoir un gap entre ta perception (tu penses proposer un service infaillible) et la perception de la qualité de service ressentie par le client.

En prenant l'habitude de demander des feedbacks réguliers à tes clients, c'est également une porte pour détecter les opportunités complémentaires et proposer d'autres alternatives à tes clients et c'est justement le point que nous allons découvrir dans la prochaine partie.

## 6.4 Up-sell, Cross-sell, Down-sell

Dans cette partie, nous allons voir ensemble l'importance de proposer des produits complémentaires si tu souhaites augmenter le panier moyen de tes clients, grâce à l'*up-sell*, au *down-sell* et au *cross-sell*. Ce sont des termes anglais, mais tu verras que c'est très simple à comprendre.

### Commençons avec l'**Up-sell**

L'up-selling ou up-sell est une technique qui te permet soit d'offrir une alternative d'achat à ton client, par rapport à son choix initial au moment où il s'apprête à passer à l'action. Ou alors il peut s'agir d'une offre plus chère, avec plus de valeur ou complémentaire proposée à la fin du premier engagement. C'est une manière très efficace d'augmenter sa marge bénéficiaire et son chiffre d'affaires.

### Poursuivons avec le **Cross-sell**

Le cross-selling ou cross-sell est une technique qui te permettra de vendre un produit ou un service en complément d'un autre, dans la perspective toujours d'augmenter ton bénéfice sur la vente. Cela consiste à proposer des produits qui entrent en complémentarité avec son achat. Il est différent de l'up-sell en ce qu'il n'incite pas à acheter forcément plus cher et mieux que le premier choix. Cela peut être un produit ou service au même prix, par exemple.

Enfin, voyons le **Down-sell**

Le downselling ou down-sell, par opposition à l'up-sell, consiste à proposer à ton client une alternative moins chère d'un produit qu'il a par exemple refusé par manque de budget. C'est donc une baisse en gamme de produit et en valeur, mais elle peut permettre au client de commencer à travailler avec toi, plutôt que de le laisser s'échapper.

Avoir une offre Down-sell permet de garder le client qui a vraiment envie de collaborer avec toi. Tu peux également proposer un Down-sell en fin d'engagement pour poursuivre la relation client.

Pour résumer, l'**up-sell** c'est quand tu proposes une offre plus chère, le **cross-sell** c'est quand tu proposes une offre complémentaire, et le **down-sell**, c'est quand tu proposes une offre moins chère.

Alors si ce n'est pas encore fait, je t'invite à réfléchir dès à présent à ce que tu pourrais offrir en up-sell, cross-sell et down-sell. Ainsi tu auras toutes les alternatives pour rebondir et proposer plus de choix à tes clients, soit en début de relation commerciale, soit à la fin, pour continuer de travailler avec eux et les fidéliser du mieux possible.

## 6.5 Attraction : plus besoin de vendre, ils achètent

On dit souvent dans le milieu que les clients adorent acheter mais détestent qu'on leur vende. Cela peut sembler contradictoire, je te l'accorde, pourtant c'est bien la réalité.

Pour moi, la Vente devient un véritable Jeu, quand on n'est plus dans une démarche de vouloir vendre mais dans une posture de se faire acheter.

Tu peux mettre en place des stratégies pour inverser la tendance et que les clients potentiellement intéressés viennent à toi.

Je ne pourrais pas te partager de stratégie bien spécifique car je ne sais pas dans quelle industrie tu es.

Mais si cela t'intéresse d'en savoir plus, je t'invite à te rendre sur le site : [www.lejeudelavente.com](http://www.lejeudelavente.com)

Tu as la possibilité de réserver un appel avec moi. Nous pourrions en discuter à ce moment-là.

Quoi qu'il en soit, sache que oui, c'est possible de se faire acheter et un point essentiel pour ce faire, c'est de revenir à la base qui est l'état d'esprit. Si tu penses sincèrement que tu peux devenir un aimant à opportunités et attirer des clients qui veulent acheter, cela permet de déclencher le processus.

À ce stade du livre, tu as compris que la vente est clairement une question de psychologie. Tout commence par ce qui se passe dans ta manière de penser.

Il y a un autre point important à considérer pour pouvoir être dans cette posture d'attraction client, qui n'est autre que le personal branding (pour un individu) ou le company branding (dans le cadre d'une entreprise).

On entend parfois dire qu'on ne juge pas un livre de par sa couverture. Laisse-moi te dire que c'est faux ! On juge carrément un livre à sa couverture. De la même manière, on te jugera toi ou ton entreprise par rapport à l'image véhiculée sur la toile, en physique (si tu as des locaux ou lors d'un event), ou par la réputation.

Un de mes mentors m'a dit un jour, que le personal branding c'est ce que les gens disent de toi quand tu n'es pas là. C'est également la première idée que l'on se fait d'une personne ou d'une entreprise.

Pour avoir un personal branding ou company branding unique, pose-toi toujours cette question : Que puis-je faire pour me différencier sur mon marché ?

Enfin, pour être dans une posture d'attraction clients, je t'invite à toujours communiquer en t'adressant à ton avatar client : que ce soit dans ta communication traditionnelle, sur les réseaux sociaux, lors d'un événement. En prenant l'habitude de parler à sa cible idéale, celle-ci aura plus de chance de se reconnaître et les personnes prêtes à en savoir plus te contacteront directement pour en savoir plus sur tes services.

## 6.6 Recommandations & Témoignages

Pour clore ce chapitre, si tu veux poursuivre dans cette idée d'accélération, alors tu ne peux pas te passer des recommandations et des témoignages. Et comment en obtenir ? Tout simplement en les demandant auprès de tes clients satisfaits.

### Les Recommandations

Pour demander des recommandations, je t'invite à poser simplement ces deux questions à tes clients satisfaits :

- Est ce que tu penses que ce produit pourrait plaire à d'autres personnes ?
- Auprès de qui parmi tes connaissances pourrais-tu me recommander ?

Je te l'ai dit, vendre est aussi simple qu'un jeu d'enfant.

### Les Témoignages

J'aime cette expression : « Les témoignages clients réussissent là où les vendeurs échouent. »

Une habitude que je t'invite vraiment à prendre, c'est de te demander constamment à la fin de chaque service délivré, un témoignage.

Utilise ensuite les témoignages recueillis dans tes communications, sur tes sites, pour illustrer tes présentations. Partage-les également en closing.

## **Bonus : Les qualités des tops vendeurs**

Nous arrivons à la fin du livre. Pour finir en beauté, voyons ensemble les 4 qualités des meilleurs vendeurs.

### **Fais-toi confiance**

Comme nous l'avons vu, si beaucoup de gens ont peur de vendre c'est souvent par manque de confiance ou manque d'estime de soi.

Mais si toi même tu n'as pas confiance en toi alors pourquoi les autres devraient te faire confiance ?

Les clients n'achètent ni ton produit, ni ton service, encore moins ton entreprise. Les clients t'achètent : TOI. C'est TA personnalité qui déclenche la vente, l'énergie que tu dégages. Plus tu as confiance en toi, plus ça se ressent.

Alors parle avec conviction, assurance et certitude et adopte une posture de gagnant. C'est ainsi qu'il deviendra facile de vendre, car tu dégageras une aura et un leadership naturel qui vont rassurer, impacter et inspirer ton prospect à passer à l'action.

### **Sois convaincu de la valeur de ton offre**

Comment être convaincant si tu n'es pas toi même convaincu ? C'est logique, me diras-tu! Figure toi que pas tant que ça.

Effectivement, si tu es Entrepreneur, il y a de grandes chances que tu sois convaincu de la valeur de ta solution (et encore... ce n'est pas systématiquement le cas dans la mesure où certains entrepreneurs ne se lancent pas forcément pour les bonnes raisons ou souffrent du syndrome de l'imposteur).

Certains vendeurs (généralement les salariés) ne sont pas totalement convaincus par les services qu'ils offrent. De ce fait, tu peux faire le meilleur argumentaire possible, tu auras du mal à vendre car tu vas de manière consciente ou inconsciente t'auto-saboter. Eh oui, tu ne peux exceller dans l'art de la vente si tu n'es pas aligné avec la solution que tu proposes.

Tu n'es pas là pour convaincre les clients de t'acheter. Tu es toi-même convaincu par la valeur de ta solution, c'est pour cela que les clients t'achètent.

### **Pratique l'écoute active**

Nous l'avons vu précédemment mais je le répète pour que tu l'intègres pleinement. Si tu penses qu'un vendeur, c'est quelqu'un qui essaye de vendre à tout prix en pitchant sa solution, tu as tout faux !

La vente c'est avant tout 80% d'écoute. Un excellent vendeur est là pour poser les bonnes questions, afin de diagnostiquer le problème et en savoir plus sur les désirs et objectifs de son prospect, pour ensuite proposer une solution qui réponde à la problématique du prospect.

Intéresse-toi à tes interlocuteurs. Au-delà de l'écoute active, un bon vendeur s'intéresse sincèrement aux personnes qu'il rencontre.

L'objectif n'est pas à tout prix de vendre, mais d'identifier s'il y a un réel intérêt à proposer à cette personne la solution que tu offres. On ne souhaite pas vendre à tout le monde, car vendre à tout le monde, c'est vendre à n'importe qui, voire même à personne. On veut vendre la bonne solution, au bon client, au bon moment.

### **Souris, tout simplement**

Opte pour un climat chaleureux, brise la glace en souriant et mets à l'aise ton interlocuteur. Comme tu le sais, l'énergie dégagée quand on se met à sourire envoie un signal positif au cerveau qui le reçoit. Que tu sois au téléphone ou en présentiel : souris. Cela ne te coûte rien et en dit long sur ta personnalité.

La vente est un Jeu, alors ne te prends pas trop au sérieux.

Justement, découvre maintenant comment Mattéo s'est pris au jeu et a fait des ventes hors du commun !

## Témoignage de Mattéo (la suite)

Au début du livre, je t'ai partagé le début du témoignage de mon client Mattéo qui est passé de 2000 € en 1 mois en ventes "accidentelles" à 122 000 € ENCAISSÉS en 1 mois !

A présent que tu as terminé la lecture du livre, tu as toutes les clés entre les mains.

Voici la suite de l'histoire :

Deux de ses connaissances voyant ses résultats sur le marché du trading l'ont harcelé pour les former. C'est comme ça qu'il s'est retrouvé à vendre un accompagnement sans vraiment avoir prévu de le faire.

Après tout, lui son truc c'était plutôt trader tranquillement pour son propre compte et "*kiffer la life*" à sa manière...

C'était après avoir lu des livres et s'être lancé accidentellement dans son business sans aucune autre formation préalable, aucune direction claire sur comment développer son business simplement et pas mal de doutes sur les possibilités qui s'offraient à lui...

Si tu croises le chemin de Mattéo aujourd'hui qui vend avec une telle facilité, tu pourrais croire que son évolution hallucinante s'est faite toute seule (après tout le succès est un droit de naissance donc on pourrait se dire que c'est inévitable - en fait tu te dis peut-être tellement ça que tu oublies parfois qu'il suit des principes, des lois)

Cet homme-là avait très peu d'appréhensions, une énorme soif d'apprendre et d'avoir des résultats.

Pourtant malgré son envie et son ouverture il n' a pas su comment dépasser ses premières ventes durant son premier mois d'activité parce qu'il n'était pas encore dans l'exploitation de son potentiel et de sa confiance de faire des ventes explosives...

Une fois qu'on a allumé son moteur à argent personnel (parce que c'est unique pour chaque personne) à travers le programme, il a facilement fait 6 chiffres sur un des marchés les plus concurrentiels et complexes qui existent.

La perception de sa valeur personnelle et de son offre a augmenté ce qui a provoqué cette augmentation de prix dont on a parlé au début.

Sa vision a explosé. Il veut maintenant créer des millionnaires grâce à son accompagnement !

Il m'a dit quelque chose de puissant : "en fait, j'avais déjà toutes les clés, sauf que je ne savais pas à quoi chaque clé correspondait. Ce programme m'a permis de simplement mettre chaque clé dans les bonnes serrures, ce qui permet de déverrouiller vraiment un réel succès dans ce domaine là."

Et c'est vrai, même si ce n'est qu'une partie de l'équation ;-)

Je partage ce témoignage particulier pour ceux d'entre vous qui pensent qu'il faut être "spécial" pour vendre et développer son business, ceux qui croient qu'il faut un site Web, des tunnels de vente compliqués, être connu, se sentir légitime...

Est-ce que je t'ai dit qu'il avait 18 ans quand il a fait le programme ???!!!

Laisse infuser cette info une petite minute....

18 ans... wow !

Quand il est venu vers moi, Mattéo n'était pas sûr que ce programme serait utile pour lui. Apprendre de nouvelles compétences ok, pourquoi pas, mais est-ce le bon accompagnement pour moi ? (C'est ce qu'il se disait).

Maintenant, au vu de ses résultats, tu pourrais te dire que c'est un Super Mario de la vente, que ça fait partie de son ADN, n'est-ce pas ?

En fait oui ET non.

Tout le monde a un grain de Super Mario en lui. En d'autres termes, tout le monde peut le faire. Alors tu vas me dire qu'ouvrir les vannes de la machine à argent, c'est plus facile pour certains que pour d'autres ?

Ok, mais même en partant avec moins d'avantages (supposés) que les autres, les principes restent les mêmes.

Reviens en arrière et relis ce témoignage.

Il n'y a rien de magique dans ce que Mattéo a réalisé, même si son succès a été fulgurant et en soi, ça c'est magique !

Ce qui est possible pour lui est possible pour toi...

Il te suffit de trouver le bon mentor et le bon accompagnement pour y arriver.

## CONCLUSION

Si tu as lu ce livre jusque là, tu peux commencer par te féliciter ! Bravo à toi et merci pour ta confiance.

J'ai été ravie de partager mon expérience ainsi que ma vision de la Vente avec toi et j'espère qu'elles te serviront pour atteindre tes objectifs.

J'aime cette citation de Léo Buscaglia qui dit : "*savoir et ne pas faire, n'est pas vraiment savoir*". Alors à présent que tu as l'information, **comment envisages-tu de les mettre en application ?**

Deux solutions s'ouvrent à toi. La première c'est de reprendre les enseignements du livre et de les appliquer seul dans ton activité actuelle. Mais comme tu le sais, seul on va vite, ensemble on va loin.

La deuxième solution, si tu veux donc aller plus loin, c'est tout simplement de profiter de l'opportunité de **te faire accompagner par l'auteur du livre en personne.**

Pour cela, j'ai créé tout un programme d'accompagnement autour de ce concept, qui permet à tout un chacun, peu importe son niveau (débutant, avancé, expert), de reconsidérer l'art de la vente et d'apprendre à jouer au Jeu de la Vente.

Car oui, comme tu l'as compris à présent, c'est un Jeu où tout le monde peut gagner, à condition d'en connaître les tactiques.

Je te donne rendez-vous sur le site : [www.lejeudelavente.com](http://www.lejeudelavente.com) pour profiter d'un appel offert où nous pourrons voir comment implémenter toutes ces stratégies et plus encore dans ton activité.

En attendant, n'hésite pas à me contacter sur les réseaux sociaux : LinkedIn (Houraye Dieye), Facebook (Houraye Dieye) ou Instagram (@houraye.dieye) pour me donner ton feedback complet sur ce livre et merci encore pour ton intérêt.

Je te souhaite tout le succès que tu mérites !

# Table des Matières

<b>Houraye DIEYE</b>	<b>3</b>
<b>Préface par Didié Gélanor</b>	<b>5</b>
<b>A propos de l'Auteure</b>	<b>7</b>
<b>Remerciements</b>	<b>9</b>
<b>Mon Histoire avec la Vente</b>	<b>13</b>
<b>Pourquoi j'écris ce livre ?</b>	<b>19</b>
<b>Pourquoi les gens ont-ils peur de vendre ?</b>	<b>21</b>
<b>Pour qui j'écris ce livre ?</b>	<b>25</b>
<b>De 2000 € en 1 mois en ventes "accidentelles" à 122 000 € ENCAISSÉS en 1 mois ! ...</b>	<b>27</b>
<b>Introduction au Jeu de la Vente</b>	<b>29</b>
<b>Clé #1 : DÉCISION</b>	
<b>Pulvérise tes croyances limitantes</b>	<b>31</b>
1.1 Que signifie vendre selon toi ?	32
1.2 Le syndrome de l'imposteur	34
1.3 Identifie tes croyances limitantes	36
1.4 Pivote en croyances aidantes	39
1.5 Surmonte la peur de vendre	42
1.6 Que signifie vendre pour moi ?	44

## **Clé #2 : VISION**

<b>Trouve le but ultime du jeu</b>	<b>47</b>
2.1 L'importance de te fixer un but	48
2.2 Vue vs Vision	51
2.3 Comment fixer le meilleur but	52
2.4 Visualise ta destination	54
2.5 Persévérance et résilience	57
2.6 La puissance de la vision	59

## **Clé #3 : PRÉPARATION**

<b>Choisis tes armes</b>	<b>63</b>
3.1 Pourquoi choisir tes armes ?	64
3.2 La préparation c'est 80% de la Vente	65
3.3 Hard skills : Compétences techniques	67
3.4 Soft Skills : Aptitudes relationnelles	68
3.5 Le secret sur les compétences	69
3.6 Attitude ou aptitude ?	71

## **Clé #4 : TRANSFORMATION**

<b>Fais du rejet ton meilleur allié</b>	<b>73</b>
4.1 Pourquoi as-tu peur de vendre ?	74
4.2 Décorrèle tes résultats de qui tu es	76
4.3 Sois OK avec le Non	78
4.4 Prépare-toi face aux objections	81
4.5 Est-ce que l'échec existe ?	83
4.6 Le défi du NON !	85

<b>Clé #5 : PERSUASION</b>	
<b>Conquiers le client</b>	<b>89</b>
5.1 Définis ton Avatar Client	90
5.2 Valide ton offre / ton positionnement / ta niche / ton branding	92
5.3 Trouve des nouveaux prospects	97
5.4 Apprends à connaître ton prospect	104
5.5 Négocie comme un champion	108
5.6 Conclue la vente	110
<b>Clé #6. ACCÉLÉRATION</b>	
<b>Approprié-toi le podium</b>	<b>115</b>
6.1 Game Over ?	116
6.2 Délivre ton offre	117
6.3 Fidélise ton client	119
6.4 Up-sell, Cross-sell, Down-sell	122
6.5 Attraction : plus besoin de vendre, ils achètent	124
6.6 Recommandations & Témoignages	126
<b>Bonus : Les qualités des tops vendeurs</b>	<b>127</b>
<b>Témoignage de Mattéo (la suite)</b>	<b>130</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>134</b>
<b>Table des Matières</b>	<b>136</b>

**Profite d'un appel offert en te rendant sur le site :**  
**[www.lejeudelavente.com](http://www.lejeudelavente.com)**

