



JAMES & DEAN

♦ GUIDE INTERNE — COACHS & ACCOMPAGNANTS ♦

LE PLAYBOOK DE LA *VENTE*.

Le processus complet pour transformer un prospect en client — **de la prise de RDV au traitement des objections.**

Sans pression. Sans script. Avec posture.

PAR JAMES & DEAN — CRÉATEURS DES MARCHES NARRATIVES



- SOMMAIRE

CE QUE TU VAS *maîtriser.*

4 piliers, 1 méthode complète. À lire en 20 minutes, à appliquer dès ton prochain appel découverte.

- 01****LES FONDAMENTAUX (LE MINDSET)****P. 03**

La vente est un processus, pas un événement. La posture précède la technique.
- 02****LE PROCESSUS AVANT L'APPEL****P. 04**

Prise de RDV, qualification, préparation. La vente commence ici.
- 03****LA STRUCTURE DE L'APPEL DÉCOUVERTE****P. 05 – 06**

Poser le cadre, explorer, pitcher. La séquence qui transforme.
- 04****LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS****P. 07**

Ne pas fuir. Questionner. Bousculer si nécessaire.
- **TA CHECKLIST + RESSOURCES****P. 08**

Récap'à imprimer, plus une invitation à aller plus loin.



★ AVANT DE COMMENCER

La vente n'est pas un don. C'est un muscle qui se travaille — exactement comme l'accompagnement.



- PARTIE 01 · LE MINDSET

LES *fondamentaux* DE LA VENTE.

La réussite en vente est une affaire de posture et de préparation, pas seulement de technique. Voici les 7 principes à incarner.

- 01

UN PROCESSUS, PAS UN ÉVÉNEMENT

L'entrepreneuriat et la vente, c'est un **cheminement**. Reste en mouvement. Répète les actions.

- 02

DISTANCE ÉMOTIONNELLE

Ne sois pas **trop affecté** par les échecs, ni trop galvanisé par les succès. Maintiens une motivation constante.

- 03

POSTURE MÉTA

Chaque action est **une source d'apprentissage**. Observe tes schémas de pensée, tes émotions, tes comportements.

- 04

LA VENTE EST UNE CONSÉQUENCE

Elle résulte du **contenu**, de la **prospection**, du **lien de confiance** établi avant l'appel.

- 05

CONFIANCE EN TON OFFRE

Ton taux de réussite dépend de ta confiance. Le prospect le sent par **effet de neurones miroirs**.

- 06

FLEXIBILITÉ MENTALE

La qualité n°1 de l'entrepreneur. **Mets en doute tes schémas**. Teste de nouvelles perspectives.

- 07

TESTE TON OFFRE POUR GAGNER EN CONFIANCE

Si tu manques de confiance, propose des **séances gratuites ou à prix réduit**. Tu gagnes en expérience et tu traites le problème par l'action — pas par la réflexion infinie.



★ À RETENIR

Ta confiance en ton offre = ton taux de conversion. Si tu doutes, ton prospect doute aussi.



- PARTIE 02 · AVANT L'APPEL

LE *processus* AVANT L'APPEL.

La vente commence dès la prise de rendez-vous. Chaque détail prépare le terrain — ou le sabote.

- ÉTAPE 01 PRISE DE RDV

Automatise la prise de rendez-vous pour simplifier le processus. Pour tes tout premiers prospects en revanche : **fixe manuellement le RDV par conversation** pour éviter la friction et ne pas perdre le contact.

CALENDLY

CAL.COM

- ÉTAPE 02 QUALIFICATION

Paramètre des **questions dans le formulaire de réservation** pour qualifier ET induire un niveau d'engagement. Exemple : « *Es-tu conscient-e qu'une transformation nécessite un investissement ?* »

CALENDLY

CAL.COM

- ÉTAPE 03 PRÉPARATION & CONFIANCE

Crée une **page de témoignages** ou d'autres ressources pour renforcer la confiance du prospect avant l'appel. Il arrive déjà chaud, déjà aligné.

NOTION

SYSTEME.IO

GAMMA

LOVABLE

- ÉTAPE 04 RAPPEL J-1

Envoie un **e-mail de rappel à J-1** (manuellement ou via outil) avec des ressources pour éduquer le prospect et **limiter les no-shows**. Un prospect qui a lu un témoignage la veille arrive convaincu à 60 %.



★ PRINCIPE CLÉ

L'appel commence quand le prospect clique sur le lien. Pas quand vous vous parlez.



LA *structure* QUI CONVERTIT.

1 heure. 3 phases. Aucune improvisation. La séquence à dérouler comme un musicien joue une partition.

A POSER LE CADRE

5 MIN · DÉMARRAGE

Le cadrage du début **lève les résistances**. Ne le saute jamais.

→ **Logistique** — « Tu as bien 1 heure devant toi ? »

→ **Implication** — « Tu as de quoi noter ? Tu as regardé mon travail ? »

→ **Déroutement** — « On va d'abord découvrir ton besoin, puis si ça fait sens, je te présenterai mon accompagnement à la fin. Ça te va ? »

B PHASE EXPLORATOIRE

30 MIN · LE CŒUR

Objectif : **identifier le problème central dans les 30 premières minutes**. Tes 6 axes de questionnement :

PROBLÈME

« Quelle est la problématique que tu aimerais régler dans cet appel ? »

MATÉRIALISATION

« Concrètement, comment cela se matérialise dans ta vie ? Donne-moi des exemples. »

IMPACT

« Quel est l'impact personnel et/ou professionnel que ce problème a sur toi ? »

DURÉE

« Depuis combien de temps cela dure-t-il ? »

ÉTAT DÉSIRÉ

« Si ce problème était réglé, qu'est-ce que ça changerait en toi ? »

FOSSÉ D'IDENTITÉ

Mets en lumière le décalage entre la situation actuelle et l'objectif visé. Ton accompagnement comble ce fossé.



- PARTIE 03 [SUITE]

LE *pitch*. 5 À 10 MINUTES. PAS PLUS.

Tu as exploré. Tu as compris. Maintenant tu proposes. Bref. Factuel. Sans surjouer.

C LA PROPOSITION

10 MIN · ENGAGEMENT

Vérifie la pertinence avant de pitcher. Pose deux questions de transition :

→ « *Penses-tu y arriver seul-e ou accompagné-e ?* »

→ « *Ressens-tu que je peux être la bonne personne pour t'accompagner ?* »

Si le prospect résiste fortement (budget important, conviction d'y arriver seul) : **ne présente pas ton offre**. Économise ton énergie.

- RÈGLE 01 DURÉE

5 à 10 minutes maximum. Au-delà, tu sur-vends et tu perds la confiance que tu viens d'établir.

- RÈGLE 02 CONTENU

Sois **factuel** : quoi, comment, durée. **Évite** d'en faire trop, de justifier à l'excès, d'utiliser des superlatifs.

- RÈGLE 03 ANNONCE DU PRIX

Annonce le prix. Puis termine par une question ouverte : « *Qu'est-ce que tu en penses ?* » ou « *Tu as des questions ?* »

- RÈGLE 04 LE SILENCE

Laisse un silence s'installer après ta question. Ne le remplis pas. Le silence permet au prospect de réagir, de digérer, de s'engager.



★ ERREUR FATALE

Reparler après l'annonce du prix pour combler le malaise. Tu casses tout. Le silence est ton meilleur outil.



- PARTIE 04 · LES OBJECTIONS

N'AIE PAS PEUR DES *objections*.

Ce sont des données précieuses pour comprendre la valeur perçue de ton offre. Ne fuis pas la discussion. Ne te contente pas d'un « je vais réfléchir ».

- OBJECTION BUDGET

« C'EST TROP CHER »

« Quel budget étais-tu prêt-e à investir sur toi ? »

« Si c'était gratuit, tu prendrais l'accompagnement ? »

- OBJECTION TEMPS

« JE VAIS RÉFLÉCHIR »

« Qu'est-ce qui va être différent pour que tu réussisses après si tu n'as pas réussi seul-e jusqu'à présent ? »

- DÉCISION COUPLE

« JE DOIS EN PARLER À... »

« Comment puis-je t'aider à convaincre cette personne ? »

« Qu'est-ce qui pourrait la rassurer ? »

- RÉSISTANCE GÉNÉRALE

« CE N'EST PAS LE MOMENT »

« Quand est-ce que ce serait le bon moment ? Qu'est-ce qui doit changer ? »



★ AUTORISATION INTÉRIEURE

*L'appel découverte est un effort cognitif que tu offres gratuitement. Tu as le droit de poser un cadre strict, et de **bousculer le prospect** pour l'aider réellement.*

! LA RÈGLE D'OR

Différencie toujours « **je n'ai pas le budget** » de « **je ne vois pas la valeur** ». La première objection demande un échancier. La seconde demande un retour à la phase exploratoire.



- RÉCAP' ♦ À TOI DE JOUER

TA CHECKLIST AVANT CHAQUE *appel.*

- ☐ J'ai vérifié que mon prospect a regardé mon travail (formulaire, témoignages)
- ☐ J'ai préparé mon cadre d'ouverture (logistique + déroulement annoncé)
- ☐ Je vais consacrer **30 min minimum à l'exploration** avant tout pitch
- ☐ Je connais mes 6 axes de questionnement par cœur
- ☐ Mon pitch est calibré sur 5 à 10 minutes maximum
- ☐ Après l'annonce du prix, je **laisse le silence faire son travail**
- ☐ Si objection : je questionne avant de répondre. Toujours.
- ☐ Quel que soit le résultat, je traite l'appel comme un **apprentissage**

« *La vente n'est pas un don. C'est un muscle qui se travaille — exactement comme l'accompagnement.* »

UN APPEL AVEC NOUS

1h gratuite pour clarifier ta vente et ton positionnement · jamesetdean.systeme.io/visio

