

Script complet du 1er appel découverte client.

Ce que tu dis, comment tu le dis,
et pourquoi, à chaque étape.

Filtrer les mauvais clients

Vendre correctement

Poser un cadre pro



L'appel découverte est l'étape la plus sous-estimée de tout ton business. C'est là que tu filtres, que tu cadres, que tu vends. Ce script te donne exactement quoi dire, dans quel ordre, et pourquoi.

Règle d'or : Le client doit parler 70% du temps.
Ton rôle : poser les bonnes questions et écouter ce qui se dit... et ce qui ne se dit pas.

PHASE 1 — OUVERTURE & MISE EN CONFIANCE

1.1 BRISE-GLACE

Pose le cadre dès la première phrase

Ne commence pas par parler de toi. Recentre immédiatement sur ton client. Les gens aiment parler d'eux et ça montre que tu es là pour comprendre, pas pour convaincre.

- "Merci d'avoir réservé un rdv, on va pouvoir commencer par... [décrit le déroulé de l'appel]."
- "Cet appel est vraiment là pour être sûre que je puisse t'aider"
- "Pour commencer, et être sûr de votre demande, pouvez-vous m'en dire plus sur [...]"

1.2 CONTEXTE

Comprendre d'où il vient

Laisse le client se présenter dans ses propres mots. Ne l'interromps pas. Ce qu'il dit en premier est souvent ce qui compte vraiment pour lui.

- "Dis-moi, pour que je comprenne bien, qu'est-ce qui vous a amené à me contacter ?"
- [Faire un compliment sincère sur une information] (ex: nom d'entreprise bien trouvée, projet top etc..)
- "Comment m'avez-vous trouvé?" → Note la source, c'est de l'or pour ta prospection.
- "Je vois que vous avez besoin d'un site internet, vous pouvez m'en dire plus?"

2.1 DIAGNOSTIC

Comprendre le vrai problème

Les clients expriment souvent une solution, pas un problème. Ton rôle est de creuser jusqu'au besoin réel. Un client qui demande 'un logo' a en réalité besoin d'être pris au sérieux par ses clients, à de l'ambition pour son entreprise etc...

- "Qu'est-ce que vous voulez que ce projet change concrètement pour votre business?"
- "Si on se retrouvait dans 6 mois et que tout s'était parfaitement passé, ça ressemblerait à quoi ?"
- "Pourquoi ce que vous avez maintenant ne vous convient plus ?"

2.2 CADRAGE

Délais, contraintes, contexte

Une phase essentielle pour évaluer la faisabilité réelle. Un client avec un délai impossible ou des contraintes irréalistes sont souvent un client difficile à satisfaire.

- "Vous avez une date limite en tête ? C'est lié à quelque chose de précis ?"
- "Il y a d'autres personnes qui valident le projet de votre côté ?"
(→ Décideur unique ou comité ? ça change tout de ton côté...surtout si les décideurs finaux ne sont pas bien impliqués dans le projet)
- "Vous avez déjà travaillé avec un graphiste/créatif avant ? Comment ça s'est passé ?"

Attention : Si à cette étape les réponses ne te vont pas, n'y va pas. Si le client répond de manière floue, ou demande de l'urgence irréaliste, fais attention. Ce sont des signaux de mission qui vont partir en cacahuète.

PHASE 3 — LA QUESTION DU BUDGET

3.1 BUDGET

Aborder le prix sans se défiler

La plupart des freelances évitent cette question, c'est une erreur. Aborder le budget tôt évite de perdre du temps sur un projet pour lequel tu ne seras pas rémunéré correctement ou qui ne pourra pas se faire. Formule-le facilement pour le client, avec des choix faciles à prendre et des solutions alternatives en retirant des livrables.

- "Pour t'orienter vers la bonne formule, tu as une enveloppe approximative en tête ?"
- Présente le contenu de la prestation AVANT le prix aide au client à mieux comprendre.
Ne laisse pas de blanc ou de malaise s'installer après l'annonce des prix, demande tout de suite quelle offre lui conviendrait le mieux

PHASE 4 — PRÉSENTER TA FAÇON DE TRAVAILLER

4.1 PROCESS

Vendre ton process avant tout

C'est ici que tu te différencies. Ne liste pas bêtement tes prestations et livrables, explique comment tu travailles. Les clients ne veulent pas acheter des livrables, ils veulent acheter de la sérénité.

- "Voilà comment je fonctionne en général... [décris tes étapes clés]"
- "J'inclus systématiquement un brief approfondi de +35 questions pour être sûre de bien répondre à votre demande."
- "Je travaille avec un acompte de 50% à la signature, le solde à la livraison."

4.2 REVISIONS

Poser la limite avant qu'elle soit testée

Mentionner les révisions et conditions incluses à l'oral évite le conflit plus tard (en plus de bien l'écrire dans le devis et CGV). Ce n'est pas une restriction, c'est un gage de professionnalisme.

- "Je travaille avec 2 allers-retours inclus."
- "Je suis disponible uniquement du Lundi au Mercredi de 9h à 18h".

Tu peux inverser la phase 3 et 4 selon tes besoins ! C'est ce que je fais personnellement. Tu peux perdre plus de temps si les budgets ne collent pas, mais ça peut aussi aider à convaincre certains d'agrandir leur enveloppe avec une meilleure compréhension des coûts.

PHASE 5 — CLOSING & PROCHAINE ÉTAPE

5.1 CONCLUSION

Ne jamais terminer dans le flou

Un appel sans étape suivante claire est un appel perdu. Définis toujours ce qui se passe après, pendant que vous êtes tous les deux disponibles. En fonction du déroulé de l'appel, si le client est convaincu, ou non.

- "Est-ce que vous avez des questions ?"
- "Si tout vous convient, je vous prépare le devis, qui sera envoyé juste après l'appel . Pouvez-vous me donner les coordonnées de l'entreprise pour cela ?"
- "Pour avancer/finir l'estimation du projet, j'aurais besoin de [liste 2-3 éléments : brief, références, accès]. Vous pensez pouvoir me les envoyer quand ?"

5.2 RÉCAP

L'email que 95% des freelances n'envoient pas

Dans l'heure qui suit l'appel, surtout si aucune offre n'a pu être choisie, envoie un email récap des informations (budget, délais, contenu de la prestation). C'est ce qui te sépare d'un amateur et d'un professionnel. Et ça garde une trace écrite.

- "Suite à notre échange, voici ce que j'ai retenu : [projet / objectif / délai / budget discuté]."
- "Je t'envoie un devis détaillé après votre choix. N'hésitez pas si vous avez des questions."

RÉCAP DU SCRIPT

- | | |
|----|--|
| 01 | Cadrer l'appel & mettre à l'aise |
| 02 | Comprendre le vrai problème & filtrer |
| 03 | Valider la compatibilité financière |
| 04 | Vendre ta méthode plutôt que les livrables |
| 05 | Définir la prochaine étape |

Durée idéale : 20-25min

Tu veux aller encore plus loin ?

Ces 20 conseils sont le point de départ.

Balise Lancement va plus loin : méthode complète, outils prêts à l'emploi et **3h de coaching individuel** pour ne pas avancer seul(e).

- > Retrouve un calculateur de tarif qui prend vraiment en compte TA situation pro & perso.
- > Retrouve un calculateur spécifique qui va t'aider à construire le meilleur planning pour ton fonctionnement au fil de la journée.
- > Une fiche de + 50 idées de publication pour créatif afin d'attirer les clients à toi.
- > Reçois un document complet pour choisir le meilleur réseau social pour tes besoins de prospection.
- > Retrouve une check-list pour rester à jour dans ta communication et ne pas se laisser déborder.
- > Retrouve des méthodes décrites proprement sous certaines vidéos pour les appliquer point par point.
- > Retrouve un espace client & gestion de projet offert dans Notion, mais que tu peux reconstruire dans ton outil préféré,
- > Bénéficie d'un contrat de cessation de projet en bonne & due forme si ça se passe mal avec un mauvais client.
- > Je te révèle également tout sur les meilleures Conditions Générales de Vente pour vraiment se protéger en tant que graphiste.
- > Tu n'as plus qu'à copier/coller et remplir avec tes informations les sections qui t'intéressent

Et ça, ce ne sont que les BONUS...

DÉCOUVRE ENTIÈREMENT BALISE LANCEMENT