

LE TEMPLATE À COMPLÉTER

Ton script de closing

Version créateur-closer. Tu closes pour **ton** business, avec des prospects qui te connaissent déjà. Pas un cours — un outil que tu remplis avec tes mots, ta niche, ton offre, et que tu testes dès ton prochain appel.

PARTIES

REPLISSAGE

À TESTER SUR

5

~2 h

3 appels

Sébastien Espinosa

CLOSING & OFFRES PREMIUM

AVANT DE COMMENCER

Comment tu remplis ça

Ce doc, c'est ton script V1. Tu le remplis avec **tes mots, ta niche, ton offre** — compte environ **2 heures**. Objectif : repartir d'ici avec un script **prêt à tester sur tes prochains appels**. Il y a deux types de zones à compléter.

BLOC À ÉCRIRE

Les cadres ambrés. Tu écris **ta version complète** — tes questions, ton pitch, tes réponses.

[CROCHETS]

Les **TOKENS** dans les phrases. Tu remplaces directement par ton contenu, en place.

Ta boussole — garde ces 5 principes en tête

LES 5 PRINCIPES NON-NÉGOCIABLES

- 1 Posture du docteur.** Calme, détaché, tu diagnostiques. Tu ne cours pas après la vente — un médecin ne supplie pas son patient de le soigner.
- 2 Celui qui pose les questions mène l'appel.** Donc tu poses tes questions, tu te tais, tu écoutes.
- 3 3 niveaux de confiance à sécuriser :** (1) en **toi** le coach, (2) en ton **programme**, (3) en **lui-même** — sa capacité à y arriver. Si une des 3 lâche → pas de vente.
- 4 GEMS — adapte ton approche au profil.** Chaque prospect décide différemment. Les GEMS te donnent des hypothèses, pas des étiquettes (détail ci-dessous).
- 5 Jamais de fin d'appel floue.** Tu termines avec un OUI, un NON clair, ou une prochaine étape datée quand une info ou une personne manque réellement à la décision.

GEMS — le profil décide, tu t'adaptes

- Rubis** — veut décider vite. Va droit au but, cadre clairement, n'hésite pas à le challenger.
- Saphir** — décide à l'émotion. Aide-le à se projeter, fais-lui ressentir sa transformation, appuie-toi sur des cas clients.
- Émeraude** — veut comprendre avant de décider. Montre la logique, les chiffres, les preuves, les étapes.
- Perle** — prudent, peur de se tromper. Rassure, réduis le risque perçu, donne un cadre clair et sécurisant.

Ne colle pas une étiquette trop vite. Les GEMS sont des **hypothèses** sur la façon dont il préfère décider : observe ses réactions et adapte-toi à ce qu'il te montre réellement.

01

TU POSES LES RÈGLES DU JEU

Le cadrage d'ouverture

~2-3 MIN

Tu poses les règles du jeu et tu obtiens l'accord pour une décision claire en fin d'appel.

TRAME Le déroulé

- 1 Brise-glace court (30 secondes à 3 minutes, pas plus).
- 2 Tu valides les **4 conditions** pour continuer l'appel.
- 3 Tu annonces le déroulé de l'appel.
- 4 Tu poses **LA règle** : à la fin, on prend une décision — oui ou non. Pas de « je vais réfléchir ».
- 5 Tu obtiens un oui sur ce cadre.

CHECK Les 4 conditions à valider avant de creuser

1 Les conditions techniques

Il est au calme, bien installé, et dispose d'assez de temps.

« Tu es bien installé, au calme, avec environ une heure devant toi ? »

2 Le timing

Il est réellement prêt à avancer maintenant, pas juste à prendre des infos pour plus tard.

« Si on voit que l'accompagnement te correspond, est-ce que tu es prêt à commencer maintenant ? »

3 La capacité financière

Son budget est compatible avec le niveau d'investissement demandé.

« J'ai vu que tu avais indiqué **BUDGET** dans le formulaire. C'est bien ce que tu peux réellement investir aujourd'hui ? »

4 La capacité de décision

Il peut décider seul, ou les autres décisionnaires sont présents.

« Si on voit que c'est fait pour toi, peux-tu prendre la décision seul aujourd'hui, ou dois-tu en parler à quelqu'un ? »

Si une condition n'est pas remplie, **clarifie-la ou reporte l'appel**. Ça t'évite de découvrir après une heure que le prospect ne peut ni commencer, ni investir, ni décider.

— EXEMPLE — ACCROCHE DE CADRAGE

« Lors de cet appel, je vais te poser des questions sur ta situation, tes objectifs et tes éventuels blocages. Ensuite, en fonction de tes réponses, je te dirai si oui ou non tu corresponds au profil des gens que je peux accompagner. Si c'est oui, on passe à la 2^e partie : je te partage mon écran, je t'explique ma méthode, combien de temps ça dure, combien ça coûte... Puis on décide clairement de la suite. Ça te va ? »

🔗 TON ACCROCHE DE CADRAGE reformule avec le vocabulaire de ton client — le cadre, lui, ne bouge pas : décision claire en fin d'appel.

REPÈRE GEMS

● Avec un **Rubis**, appuie sur « on décide à la fin » — il adore.

● Avec une **Perle**, ajoute « zéro pression, juste une réponse honnête ».

02

80 % DU CLOSING SE JOUE ICI

La découverte — enfer / paradis / gap

10-30 MIN

Tu poses tes questions, tu te tais, tu écoutes. Le but : qu'il te dise, avec SES mots, sa douleur (enfer), ce qu'il veut (paradis), et qu'il ressente l'écart (gap).

A L'enfer — sa situation actuelle + ce que ça lui coûte

- « Raconte-moi où t'en es aujourd'hui avec **SUJET DE TA NICHE** . »
- « Qu'est-ce qui t'a poussé à réserver cet appel *maintenant* ? »
- « Ça dure depuis combien de temps ? Ça te coûte quoi, concrètement ? »

Bonus : fais-lui verbaliser **pourquoi c'est important d'agir maintenant** plutôt que de repousser encore.

🔊 TES 3-4 QUESTIONS « ENFER »

1.

2.

3.

4.

B Le paradis — ce qu'il veut vraiment + pourquoi

- « Si on se reparle dans 6 mois et que tout a marché, ça ressemble à quoi, ta situation ? »
- « Et *pourquoi* c'est important pour toi, ça ? »

🔊 TES 2-3 QUESTIONS « PARADIS »

1.

2.

3.

C Le gap — pourquoi il n'y arrive pas seul + le coût de l'inaction

- « Qu'est-ce qui t'a empêché d'y arriver seul jusqu'à maintenant ? »
- « Et si tu ne changes rien, dans 1 an, quelles sont les conséquences pour toi ? »

— TU REFORMULES — RENVOIE-LUI TOUT POUR QU'IL RESSENTE L'ÉCART

« Donc si je résume : aujourd'hui **ENFER** , toi tu veux **PARADIS** , et ce qui bloque c'est **OBSTACLE** . C'est bien ça ? »

🔊 TA REFORMULATION DE DÉCOUVERTE

Écris tes questions dans le **langage exact de ton client**. Et souviens-toi : la découverte sécurise surtout la **confiance en lui-même** — fais-lui dire que le problème, c'est pas *lui*, c'est qu'il n'a pas eu la bonne méthode.

🌈 REPÈRE GEMS

● Un **Saphir** → creuse le « pourquoi c'est important » (l'émotionnel).

● Un **Émeraude** → demande des faits et des chiffres sur sa situation.

03

COURT. IL ACHÈTE LA TRANSFORMATION.

Le pitch

3-5 MIN MAX

3 à 5 minutes maximum. Le prospect n'achète pas tes modules : il achète la transformation et la nouvelle version de lui-même qu'il veut devenir.

Règle d'or : plus c'est court, mieux c'est. Tu ne listes pas tes modules, bonus et fonctionnalités. Tu présentes uniquement ce qui répond à ce qu'il vient de te dire — comment ta méthode l'emmène de sa situation actuelle à son objectif.

TRAME Le déroulé du pitch

- 1 Valide que tu peux l'aider et **demande l'autorisation de pitcher**.
- 2 Rappelle la **transformation** qu'il veut obtenir.
- 3 Présente les **3 ou 4 piliers** de ta méthode.
- 4 Relie chaque pilier à l'un de ses **blocages**.
- 5 Explique brièvement le **format** de l'accompagnement.
- 6 Demande-lui **ce qu'il en pense**.

— 1 · LA TRANSITION VERS LE PITCH

« Par rapport à tout ce que tu viens de m'expliquer, je suis convaincu que je peux t'aider. Est-ce que tu veux que je t'explique comment fonctionne mon accompagnement ? »

— 2 · LA TRANSFORMATION — REPRENDS SON PARADIS, SES MOTS

« Le seul et unique objectif de mon accompagnement, c'est de t'aider à **PARADIS** le plus rapidement possible, sans **DOULEUR / BLOCAGE** . »

— 3 · LES PILIERS — 3 OU 4 AXES MAX, UN BÉNÉFICE CONCRET PAR PILIER

« Pour y arriver, on va travailler sur trois axes. Premièrement, **PILIER 1** , pour que tu puisses **BÉNÉFICE — BLOCAGE** . Deuxièmement, **PILIER 2** , afin de **BÉNÉFICE — OBJECTIF** . Et troisièmement, **PILIER 3** , pour que tu puisses **TRANSFORMATION** . »

— 4 · LE FORMAT — UNE OU DEUX PHRASES MAX

« Concrètement, on travaille ensemble pendant **DURÉE** . Tu bénéficies de **FORMAT PRINCIPAL** et de **ÉLÉMENT CLÉ** , pour que tu ne restes jamais bloqué seul. »

— 5 · LE CHECK

« Alors dis-moi, qu'est-ce que tu en penses ? »

Ou, pour une réponse plus précise : « Parmi ces trois axes, lequel répond le plus directement à ce qui te bloque aujourd'hui ? »

🔗 TON PITCH PERSONNALISÉ assemble les 5 blocs ci-dessus dans tes mots.

STOP À ne pas faire

- Présenter tous les modules un par un.
- Lister tous les appels, bonus, outils et templates.
- Réciter exactement le même pitch à chaque prospect.
- Donner des détails qu'il n'a pas demandés.
- Parler 10 minutes sans vérifier sa réaction.

REPÈRE GEMS

- **Rubis** → résultat, trois axes, droit au but.
- **Émeraude** → explique la logique, l'ordre et les étapes de la méthode.
- **Saphir** → projette-le dans sa transformation et son identité future.
- **Perle** → insiste sur le cadre, l'accompagnement, le fait qu'elle ne restera pas seule.

04

TU ANNONCES, PUIS TU TE TAIS.

L'annonce du prix

POSTURE

Posture du docteur à fond. Tu annonces le prix comme un médecin annonce une posologie : calme, factuel, sans t'excuser. Puis tu te TAIS.

TRAME Le déroulé

- 1 Une transition simple.
- 2 Le prix, clair, **une seule fois**, sans broder.
- 3 **SILENCE.** Tu laisses respirer. Tu ne justifies rien.
- 4 Tu écoutes sa réaction → ça t'amène aux objections.

— TA PHRASE D'ANNONCE

« L'accompagnement, c'est **PRIX** . » (point. silence.)

— VARIANTES SELON L'ENVIE

- › « Pour ce programme, l'investissement c'est **X** €. » → silence.
- › « L'investissement pour cet accompagnement est de **X** €. » → silence.
- › « Pour travailler ensemble pendant **DURÉE** , l'investissement est de **X** €. » → silence.
- › « L'investissement total pour atteindre **OBJECTIF** avec nous est de **X** €. » → silence.

👉 TA PHRASE D'ANNONCE entraîne-toi à la dire sans rien ajouter après.

Le silence fait le boulot. Si tu meubles ou tu t'excuses, tu signales que **toi-même** tu ne crois pas à ton prix.

05

UNE OBJECTION = UNE CONFIANCE QUI FLANCHE

Le traitement des objections

CLÔTURE

Souvent, une des 3 confiances lâche (au coach, au programme, en lui-même). Ton job : trouver laquelle, et la re-sécuriser. Tu poses une question AVANT d'argumenter.

01 « Je vais y réfléchir »

Ce que ça cache : du flou, ou une peur pas dite (confiance n°3, ou un détail non levé). Ne lâche pas un « je te laisse revenir vers moi » — creuse.

— À DIRE

« Pas de souci, je comprends. Mais avant qu'on raccroche, profite qu'on soit encore en appel pour me poser toutes les questions dont tu as besoin pour décider sereinement. Tout est clair pour toi ? Des questions sur le budget, le timing... ou t'es pas encore sûr que ça va marcher pour toi ? »

🔍 TA VERSION

02 « C'est trop cher »

Ce que ça cache : valeur pas assez ancrée (confiance n°2), ou vraie contrainte. En général, le pitch n'a pas été assez relié à ses points de douleur.

— À DIRE

« Je comprends. Quand tu dis "trop cher", c'est trop cher par rapport à ton budget, ou t'es pas encore sûr que ça vaut le coup pour toi ? »

🔍 TA VERSION

03 « J'ai pas le temps / plus tard »

Ce que ça cache : pas une priorité = paradis pas assez désirable, ou peur déguisée.

— À DIRE

« Je comprends. Mais justement, c'est parce que t'as pas le temps que **SOLUTION** t'en fait gagner. C'est quand, le bon moment, si c'est pas maintenant ? »

🔍 TA VERSION

04 « J'en parle à mon conjoint / associé »

Ce que ça cache : soit c'est vrai, soit c'est une échappatoire. Valide, isole ta conviction, puis cadre un R2 daté.

— À DIRE

« Carrément, c'est normal. Si on met le budget de côté 2 min — toi, perso, t'es convaincu que c'est ce qu'il te faut ? » → puis : « On bloque un créneau pour en reparler à 3 ? **DATE + HEURE** »

🔍 TA VERSION

Pour chaque objection, écris la réponse dans **ton langage** + un exemple concret/chiffré tiré de ton terrain.

🌈 REPÈRE GEMS

● Une **Perle** qui objecte = souvent un besoin d'être rassuré, pas un souci de prix.

● Un **Rubis** qui bloque = rarement le prix, plutôt un détail logistique → demande lequel.

RÈGLE D'OR La fin d'appel

Tu ne raccroches **jamais** sans une de ces 3 sorties :

● UN OUI

Tu enchaînes direct sur le paiement / l'onboarding.

● UN R2 DATÉ

Date + heure notées. Pas « je te rappelle ».

● UN NON CLAIR

Et c'est OK. Un non franc vaut mieux qu'un faux peut-être.

Le « je reviens vers toi » flou, c'est un **non déguisé** qui te bouffe des semaines.

BRAVO

T'as ton script V1

T'as fait le plus dur : un script qui te ressemble, ancré sur **ta** niche et **ton** offre. Plus d'impro à l'aveugle. Maintenant, 3 réflexes :

- 1 **Teste-le sur tes 3 prochains appels.** Pas 10. 3.
- 2 Après chaque appel, note **1 truc qui a marché + 1 truc à ajuster**. Ton script V2 va sortir tout seul.
- 3 Souviens-toi : un script, c'est une **trame pour improviser**, pas un texte à réciter. Reste un docteur, pas un robot.

ALLER PLUS LOIN

T'as pas envie de passer les 6 prochains mois à tout ajuster seul ?

Si tu es prêt à structurer une offre premium, améliorer ton closing et construire une machine capable de scaler, tu peux candidater à mon coaching.

[Clique ici pour postuler →](#)tally.so/r/VLXLZy

Sans pression : la porte est simplement ouverte à ceux qui veulent avancer plus vite.