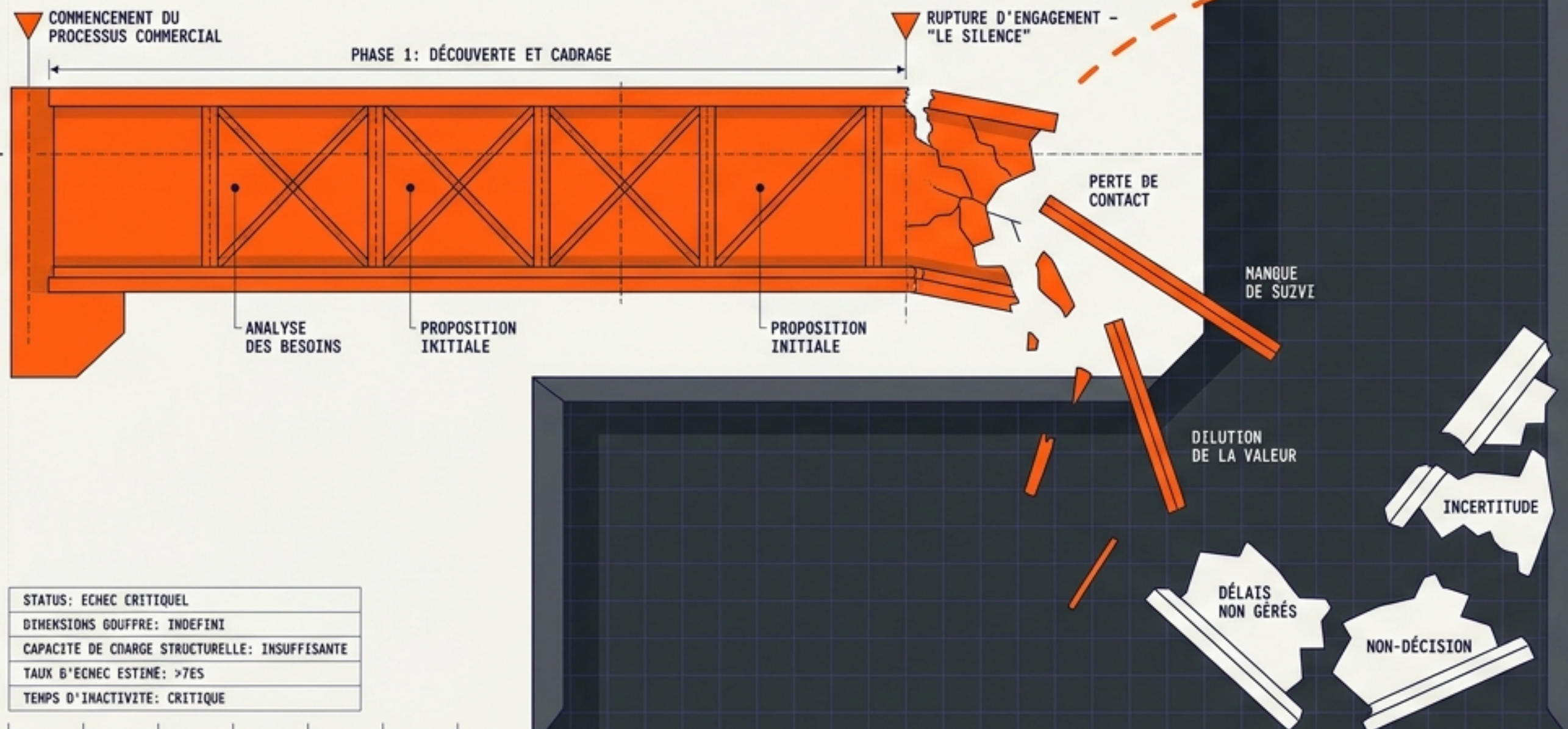


FRANCHIR LE GOUFFRE COMMERCIAL

Comment le cadrage strict élimine le silence entre la découverte et la signature.

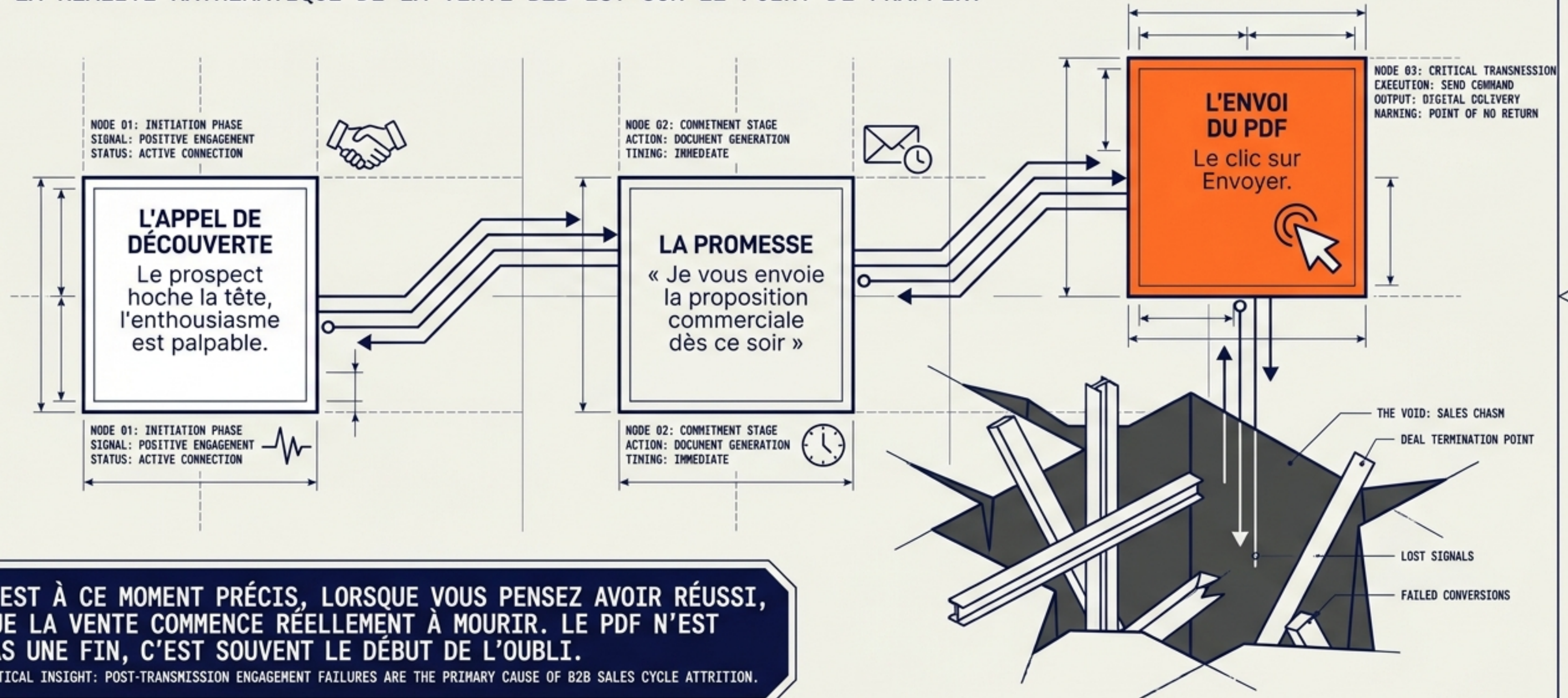


STATUS: ECHEC CRITIQUEL
DIMENSIONS GOUFFRE: INDEFINI
CAPACITE DE CNARGE STRUCTURELLE: INSUFFISANTE
TAUX D'ECNEC ESTINE: >7ES
TEMPS D'INACTIVITE: CRITIQUE

			
DATE: _____		PAGE: _____	
NAME: _____		SURNAME: _____	
GRADE: _____		SUBJECT: _____	
SCORE: _____		TOTAL: _____	

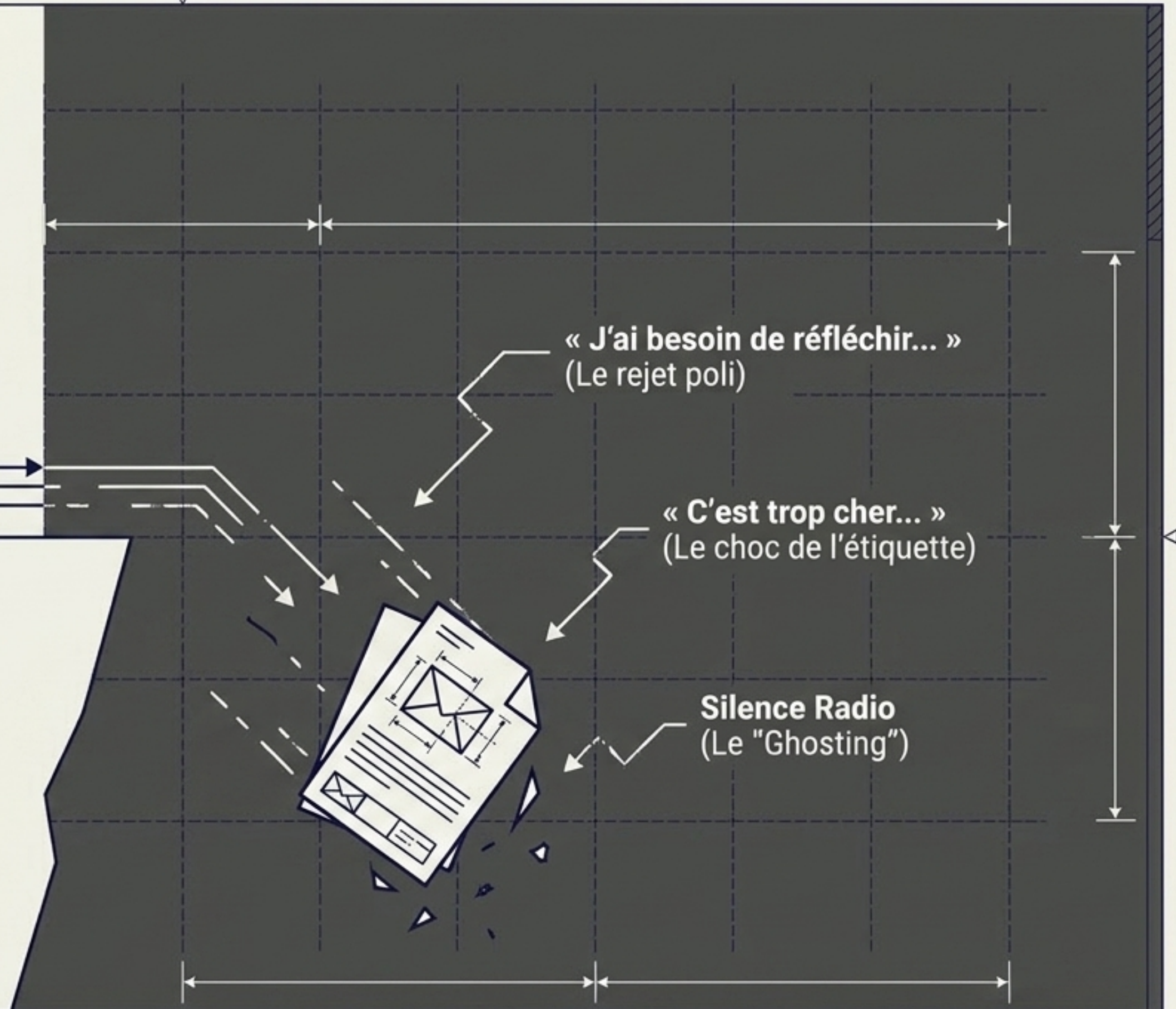
L'ILLUSION D'UNE VENTE GAGNÉE D'AVANCE

TOUT SEMBLE PARFAIT. LE BESOIN EST IDENTIFIÉ, LE PROSPECT EST ENGAGÉ.
MAIS LA RÉALITÉ MATHÉMATIQUE DE LA VENTE B2B EST SUR LE POINT DE FRAPPER.



LA CHUTE SILENCIEUSE DANS L'ESPACE VIDE

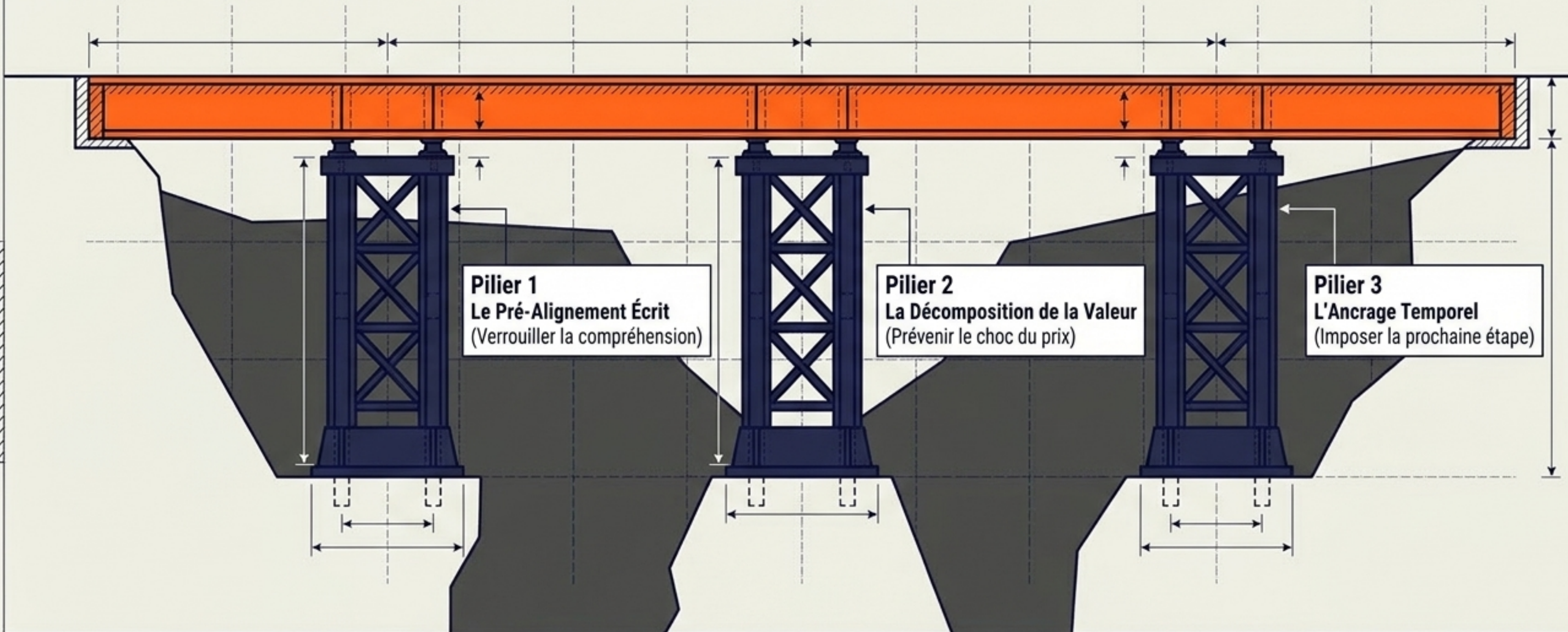
Beaucoup de ventes n'échouent pas à cause du produit ou du prospect. Elles meurent dans l'espace vide entre l'appel de découverte et la lecture solitaire de la proposition.



TECHNICAL SPECIFICATION: SALES CHASM ANALYSIS | ISSUE: POST-PROPOSAL ENGAGEMENT FAILURE | CRITICAL POINT: VOID ENTRY

Le Cadrage Strict : Bâtir un pont au-dessus du vide

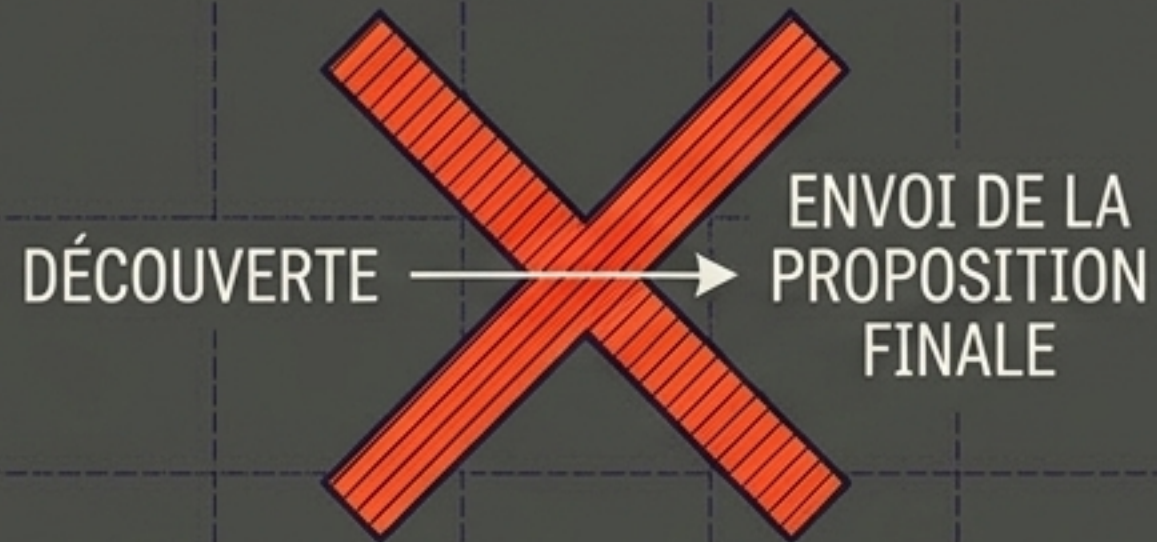
Pour traverser ce gouffre, on ne peut pas simplement lancer un PDF de l'autre côté. Il faut construire une structure non négociable en trois piliers.



TECHNICAL SPECIFICATION: SALES CHASM BRIDGING SYSTEM | ISSUE: POST-PROPOSAL ENGAGEMENT SOLUTION | CRITICAL POINT: THREE-PILLAR STRUCTURE

PILIER 1 : LE RÉCAPITULATIF PRÉ-PROPOSITION

LA MÉTHODE AMATEUR



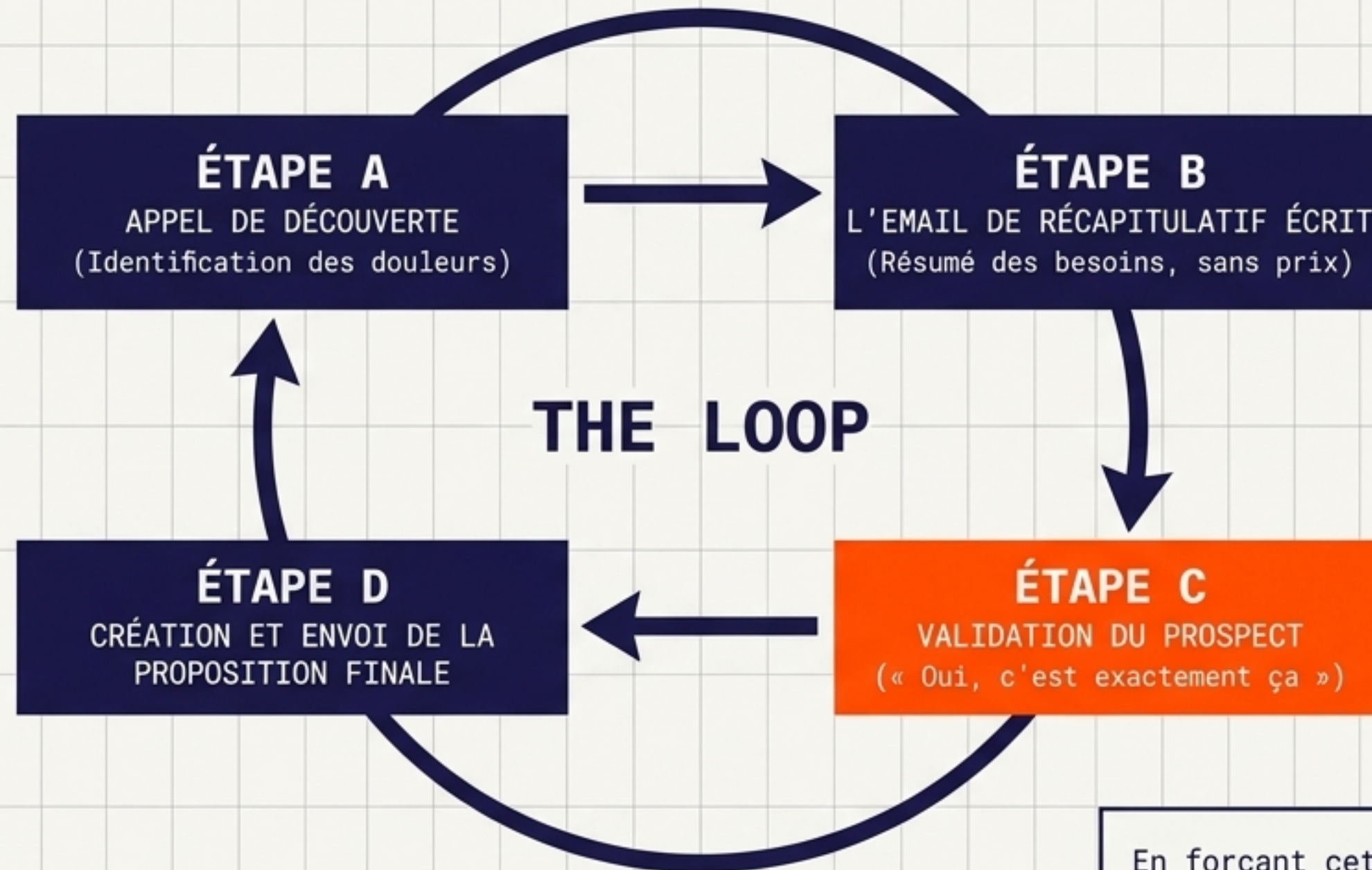
RÉSULTAT : DÉSALIGNEMENT, INCOMPRÉHENSION, REJET SILENCIEUX.

LA MÉTHODE DE L'ARCHITECTE

L'ENVOI D'UN RÉSUMÉ PAR ÉCRIT AVANT LA CRÉATION DU DOCUMENT TARIFAIRE.

RÉSULTAT : S'ASSURER QUE LES ENJEUX ONT ÉTÉ PARFAITEMENT COMPRIS AVANT D'ENGAGER LE MOINDRE CHIFFRE.

LA BOUCLE DE PRÉ-ALIGNEMENT



En forçant cette boucle, la proposition devient un document collaboratif. Le prospect ne peut plus formuler l'objection : « Ce n'est pas ce dont nous avons besoin. »

PILIER 2 : LA DÉCOMPOSITION DE LA VALEUR

Le cerveau humain panique face à un chiffre unique et massif. La règle d'or du cadrage strict est de détailler exactement ce que couvre l'investissement.

Fractionner le prix : Transformer une dépense abstraite en unités de valeur acceptables (par jour, par utilisateur, par retour sur investissement).

$$\text{Prix Global} = [\text{LIVRABLES TANGIBLES}] + [\text{TEMPS ÉCONOMISÉ}] + [\text{RÉSULTATS GARANTIS}]$$

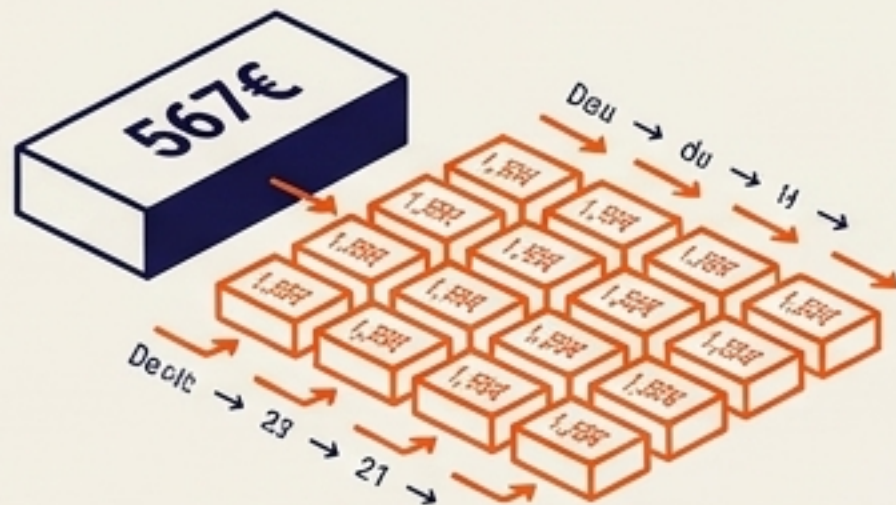
Le cerveau humain panique face à un chiffre unique et massif. La règle d'or du cadrage strict est de détailler exactement ce que couvre l'investissement.

Fractionner le prix : Transformer une dépense abstraite en unités de valeur acceptables (par jour, par utilisateur, par retour sur investissement).

NEUTRALISER L'OBJECTION « C'EST TROP CHER » À LA RACINE

FRACTIONNER L'INVESTISSEMENT

Ex: 567€/an devient 1,55€/jour.
Réduit la douleur psychologique immédiate.



RELATIVISER LA DÉPENSE

Mettre le prix en face du coût de l'inaction.
Ex: « Combien vous coûte ce problème chaque mois ? »



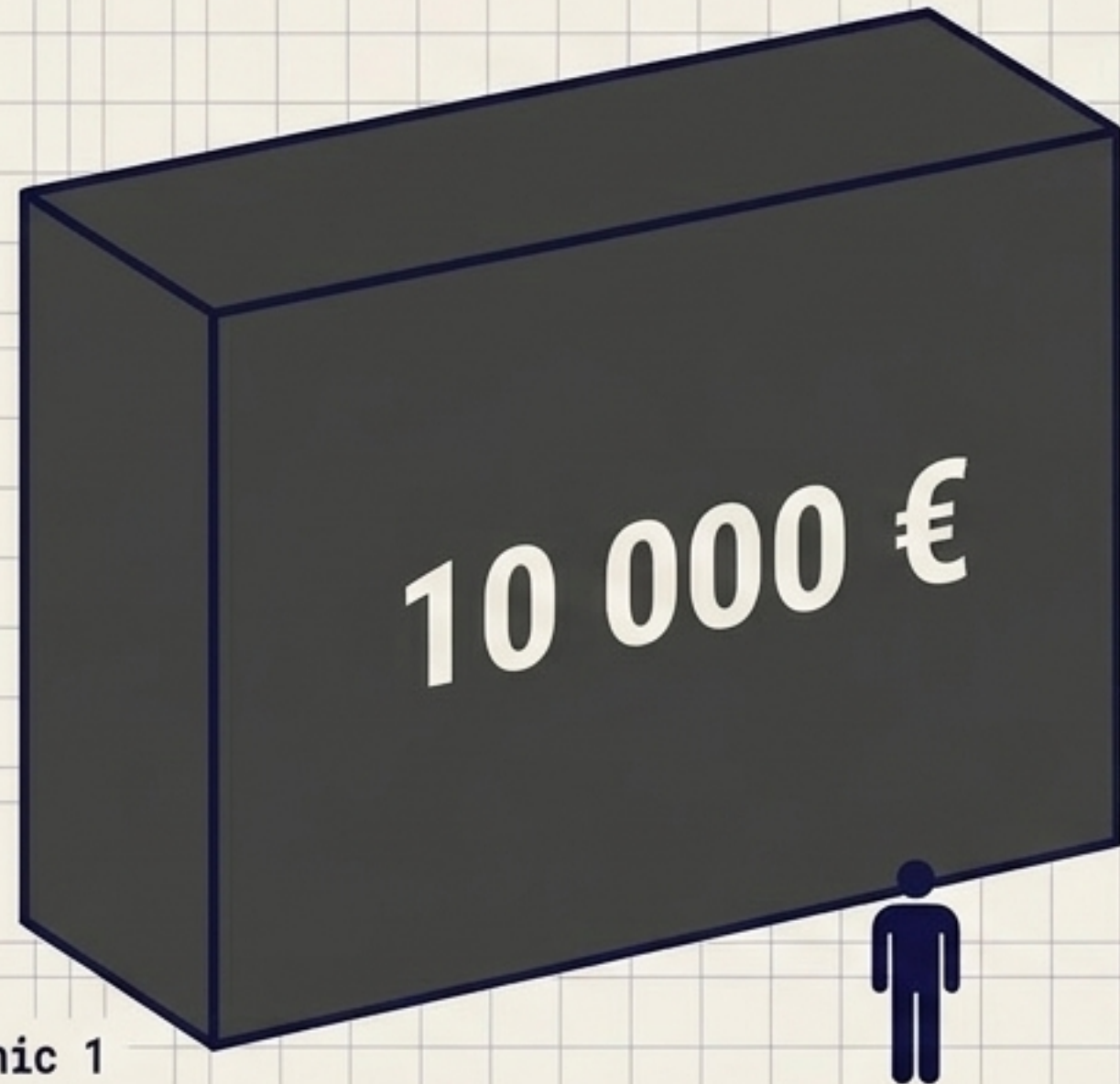
CHIFFRER LES AVANTAGES

Comparer les caractéristiques à la concurrence pour démontrer que la valeur est supérieure au prix demandé.

	CONCURRENCE	VALEUR SUPÉRIEURE
Feature 1	0-1	900€
Feature 2	3-6	620€
Feature 3	3-4	380€
Feature 4	-	450€
Snde bénéfices	-	330€
...	-	430€
TOTAL		>567€

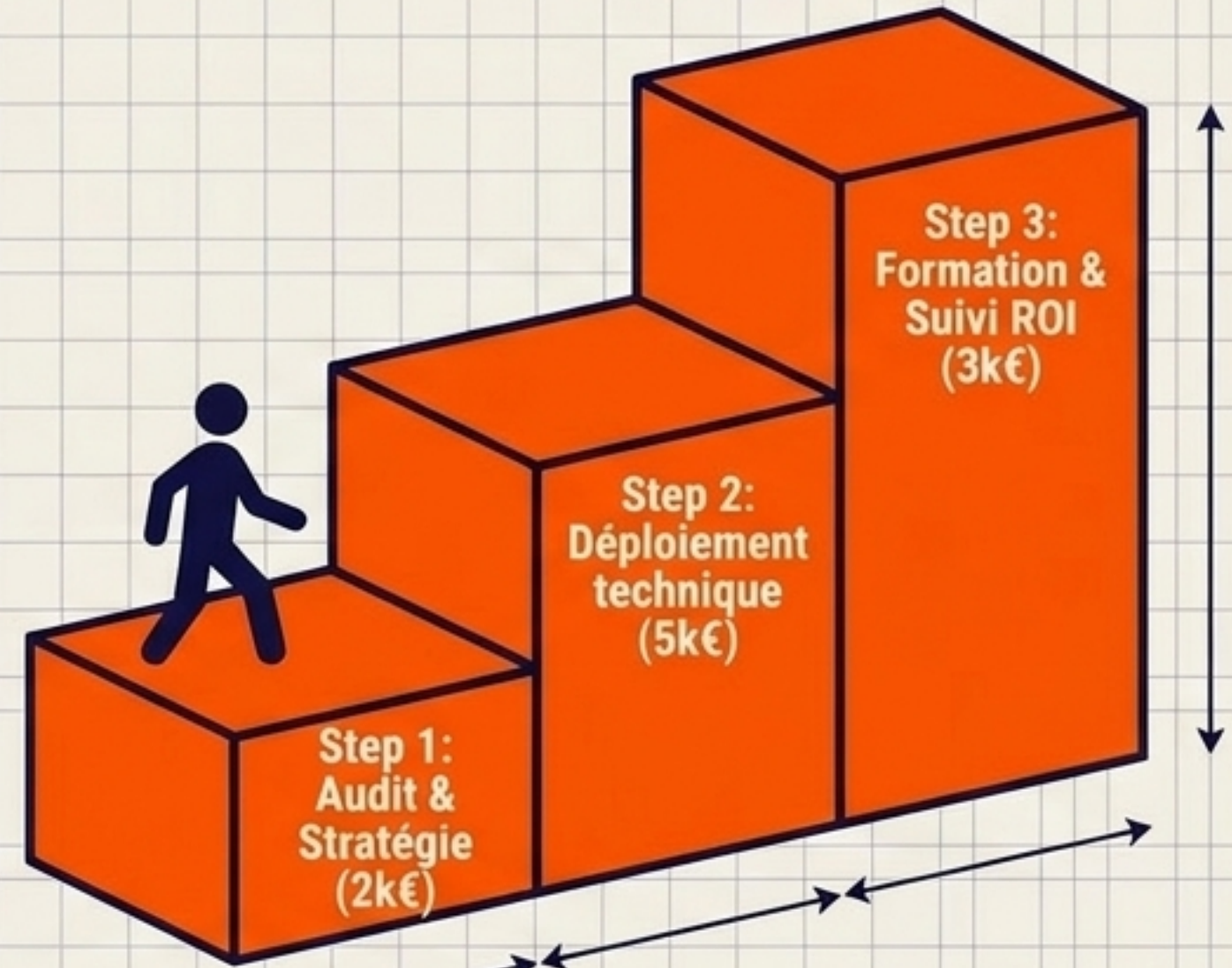
Le Défibrillateur du « Choc de l'Étiquette »

La décomposition transforme un obstacle insurmontable en un plan d'investissement logique.



Graphic 1

(L'approche forfaitaire : un mur infranchissable)



Graphic 2

TECHNICAL SPECIFICATION: SALES CHASM BRIDGING SYSTEM | ISSUE: PRICE SHOCK MITIGATION | CRITICAL POINT: VALUE DECOMPOSITION ROADMAP

Pilier 3 : Interdire l'incertitude



Cette phrase transfère le contrôle du processus au prospect.

Elle invite à la procrastination, déclenche l'objection « je dois réfléchir », et ouvre la porte au ghosting.

Le cadrage strict impose la définition immédiate et mutuelle de la prochaine interaction.

L'Écran Scindé : La transformation du closing

L'Amateur

Phrase : « Dites-moi ce que vous en pensez. »

Psychologie : Suppliante, passive, laisse le calendrier ouvert.

Résultat : « Je vous tiens au courant » (Le vide).

Terrificateme 81551
accorrestes 0' asodere
calentaur

Perdiologic rode

CaEndaxe,
unecclered oovect

Isosvaders Utots
ao calender



Le Pro

Phrase : « J'adorerais faire un appel de 20 minutes pour parcourir les questions que vous pourriez avoir – voici le lien vers mon calendrier. »

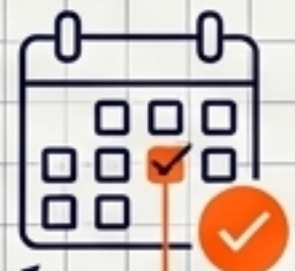
Psychologie : Directive, professionnelle, limite l'engagement (20 min).

Résultat : Un rendez-vous verrouillé.

Techitefeute 8 8105
pesodites de -v3ak.on
salsedens

Peetkascr-Directive,
profestomelle

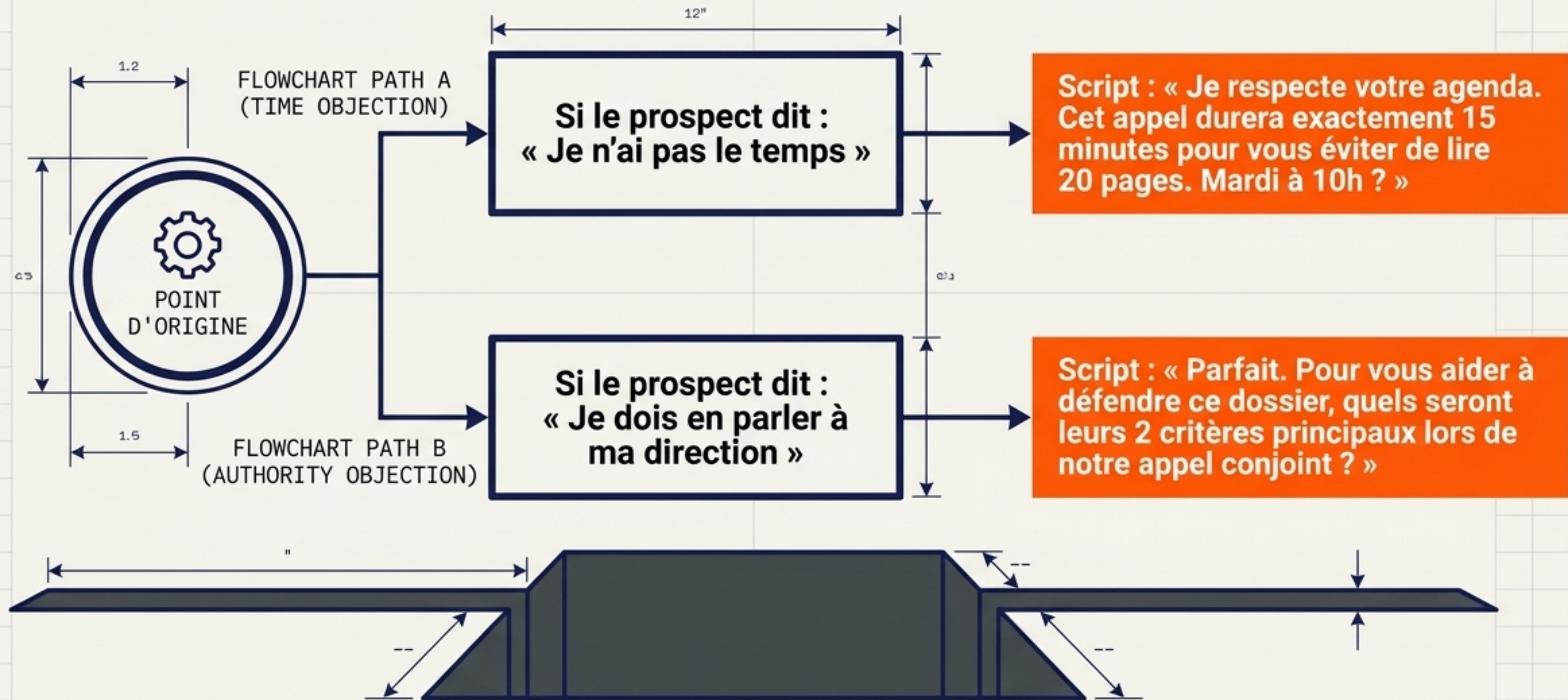
Ducstie de 18000
abeské in looation



20 MIN

Gérer la zone de friction post-proposition

L'ancrage permet d'isoler les vraies objections de calendrier ou d'autorité.

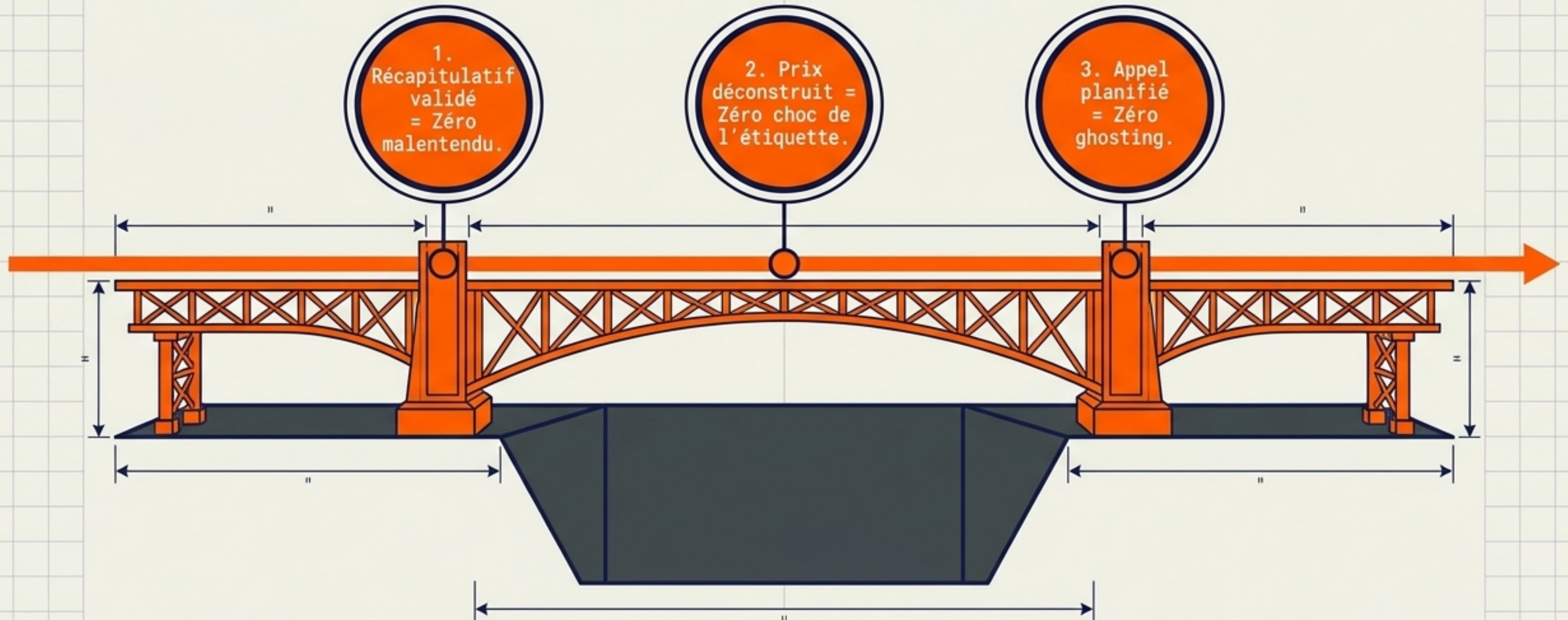


L'Anatomie du Cadrage

	Timing	Stratégie de Prix	Phrase de Clôture	État Psychologique
L'Approche Espoir	Envoi immédiat après l'appel	Forfaitaire, chiffre unique et massif	« J'attends votre retour »	Seul, confus, sur la défensive face au prix
Le Cadrage Strict	Boucle de validation écrite	Décomposée (Livrables, Temps, ROI)	« Faisons un point de 20 minutes mardi »	Engagé, rassuré par la clarté, guidé

Le Blueprint d'une vente maîtrisée

Le cadrage strict ne force pas la vente. Il crée une structure d'ingénierie où la seule issue logique est d'avancer ou de disqualifier proprement.



Le vide n'est qu'une erreur de conception

L'espace entre la découverte et la signature n'est fatal qu'à ceux qui refusent de le construire.

Ne laissez plus vos propositions dans le vide. Cadrez-les.

