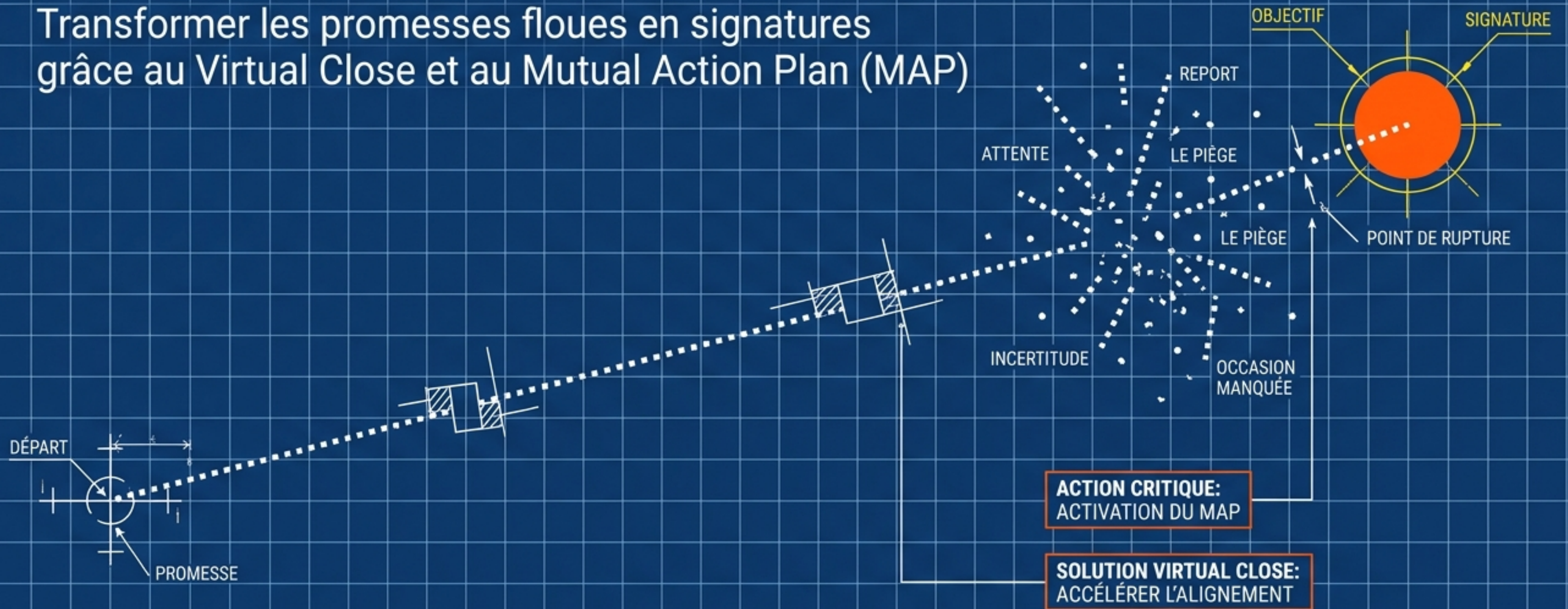


LE PIÈGE DU « BIENTÔT »

Transformer les promesses floues en signatures
grâce au Virtual Close et au Mutual Action Plan (MAP)

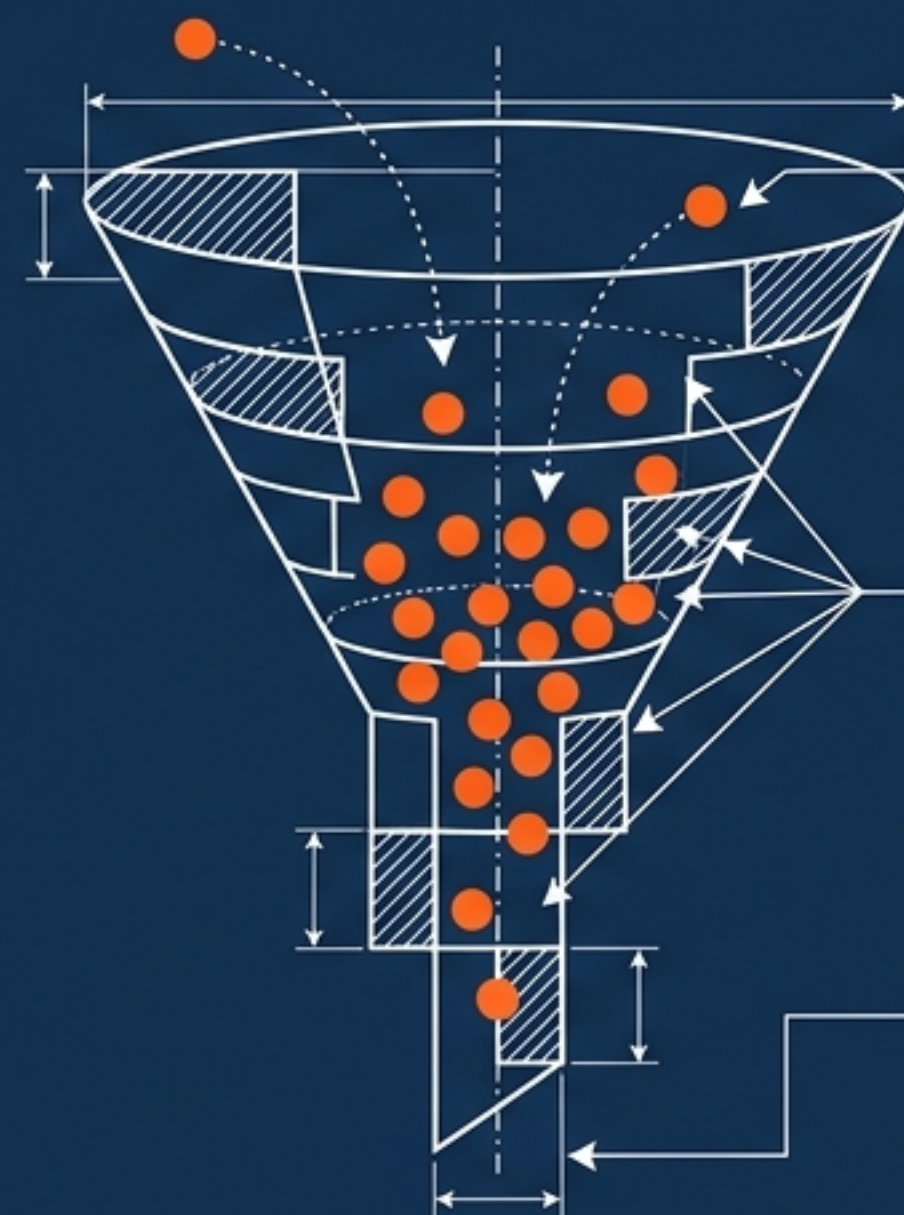


L'ILLUSION DE LA VENTE CONCLUE

L'OBJECTION LA PLUS DANGEREUSE N'EST PAS « NON ». C'EST « OUI, MAIS PLUS TARD. »



LA ZONE FANTÔME



LE FAUX POSITIF :

Le prospect confirme son intérêt, mais ne s'engage sur aucune date.

L'INFLATION DU PIPELINE :

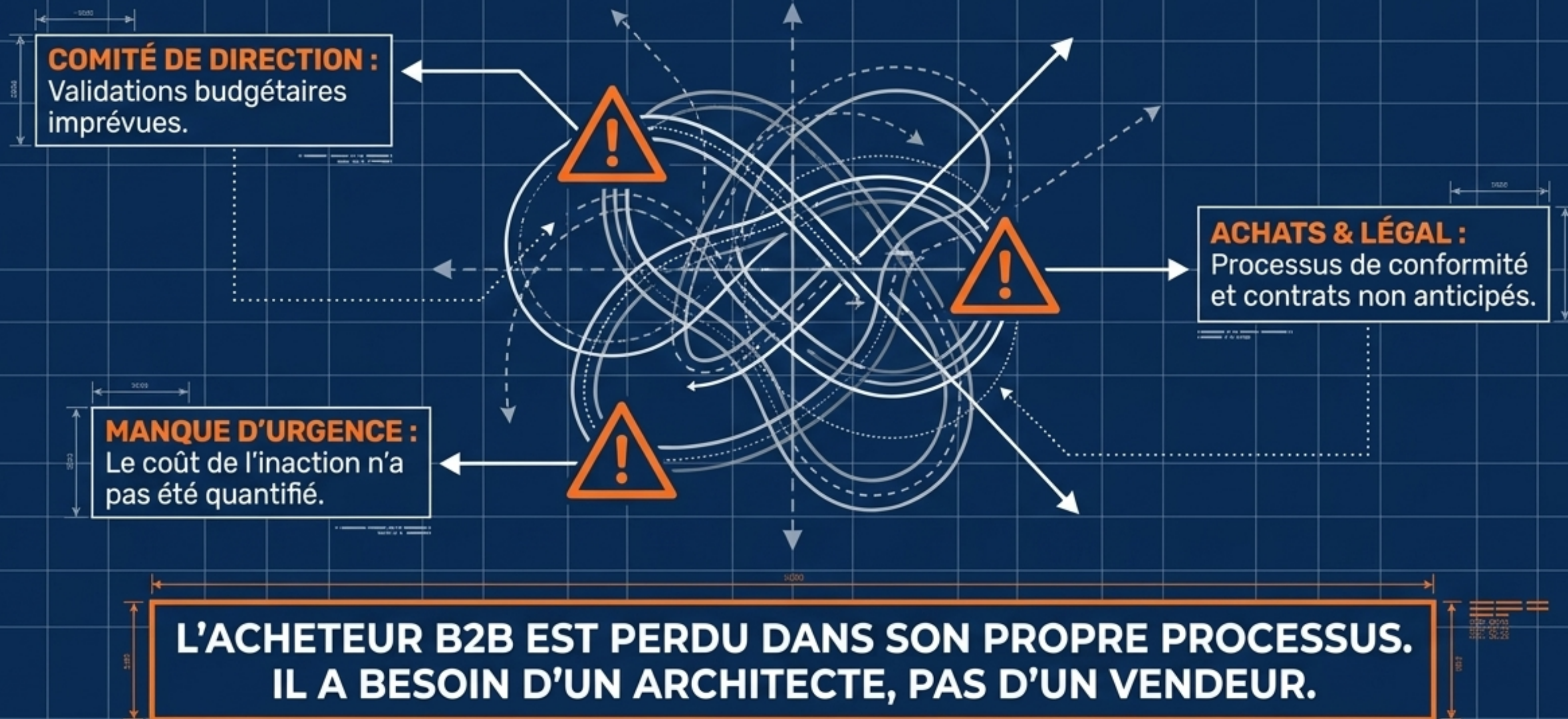
Les opportunités s'accumulent dans le CRM sans avancer, faussant les prévisions de revenus.

L'EFFET D'USURE :

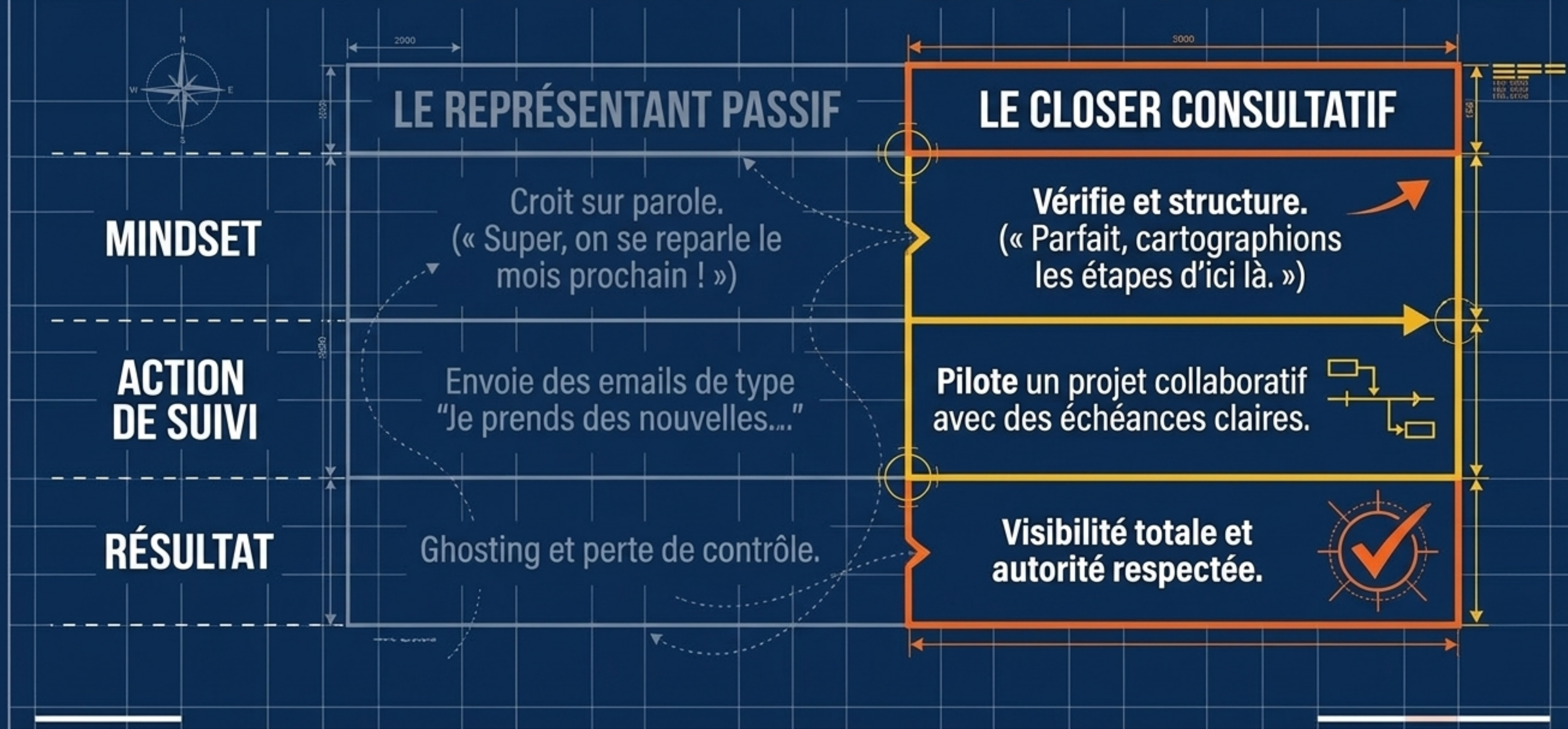
Le temps tue toutes les offres. Plus le deal stagne, plus les chances de closing s'effondrent.

POURQUOI REPOUSSENT-ILS L'ÉCHÉANCE ?

Ce n'est presque jamais un mensonge. C'est un manque de clarté interne.



MATRICE DE DIAGNOSTIC : L'ESPOIR VS. LE PLAN



LE MOTEUR À DOUBLE ACTION DU CLOSING



Genève 1995 C. OTIS 1995

L'ARME TACTIQUE : LE VIRTUAL CLOSE

Face à un prospect qui dit : « Nous allons bientôt acheter », demandez-lui **de décrire son processus exact** :

« Quelle est la première étape que vous devez franchir pour lancer le processus d'achat, et comment puis-je vous aider ? »

ANATOMIE DU SCRIPT : POURQUOI ÇA MARCHE

QUELLE EST LA PREMIÈRE ÉTAPE...

Réduit la charge cognitive.

On ne demande pas de tout résoudre, juste de nommer l'action immédiate (ex : validation juridique, création d'un bon de commande).

...QUE VOUS DEVEZ FRANCHIR...

Responsabilisation. Transfère la pression sur les processus internes du client, le forçant à admettre ce qu'il ne maîtrise pas.

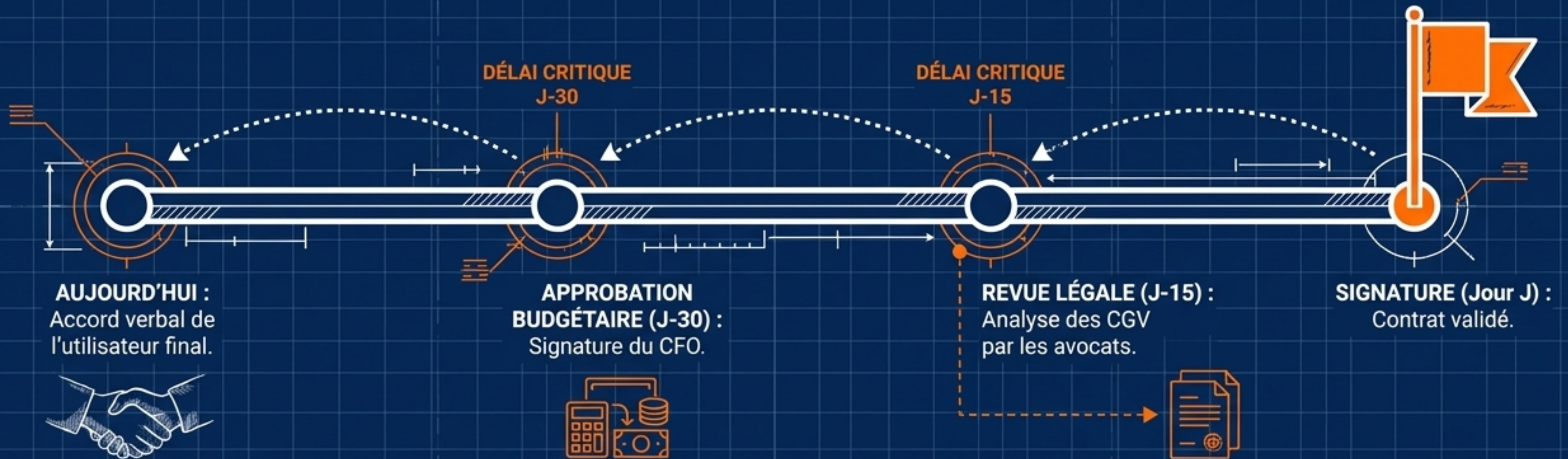
...ET COMMENT PUIS-JE VOUS AIDER ?

Posture d'allié.

Vous passez du statut de vendeur qui met la pression à celui de consultant qui facilite le travail.

RÉTRO-INGÉNIERIE DU DEAL

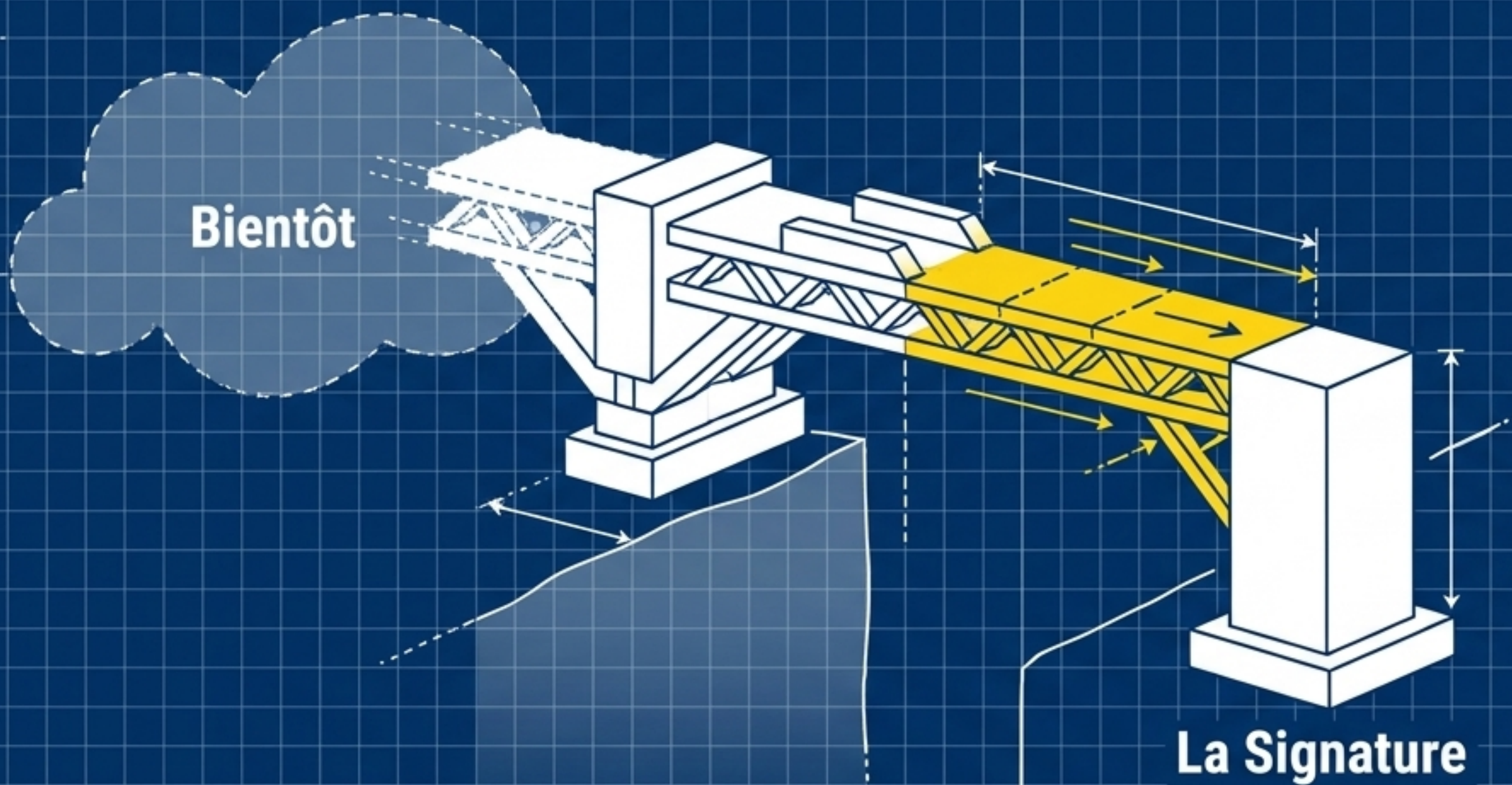
Le Virtual Close permet de partir de la ligne d'arrivée pour identifier chaque obstacle jusqu'au moment présent.



SANS CETTE RÉTRO-INGÉNIERIE, LES DÉLAIS DE 15 ET 30 JOURS VOUS FRAPPENT DE PLEIN FOUET AU DERNIER MOMENT.

CONSTRUIRE LE PONT : LE MUTUAL ACTION PLAN

Le MAP est la feuille de route collaborative qui transforme une promesse floue en engagements traçables.



CE QUE C'EST ET CE QUE CE N'EST PAS



Ce n'est pas
un devis.



Ce n'est pas un email
récapitulatif.



C'est un document de
gestion de projet
partagé avec le client.

LES 4 PILIERS D'UN MAP INFAILLIBLE

Chaque MAP réussi repose sur ces quatre composants essentiels pour garantir l'exécution.



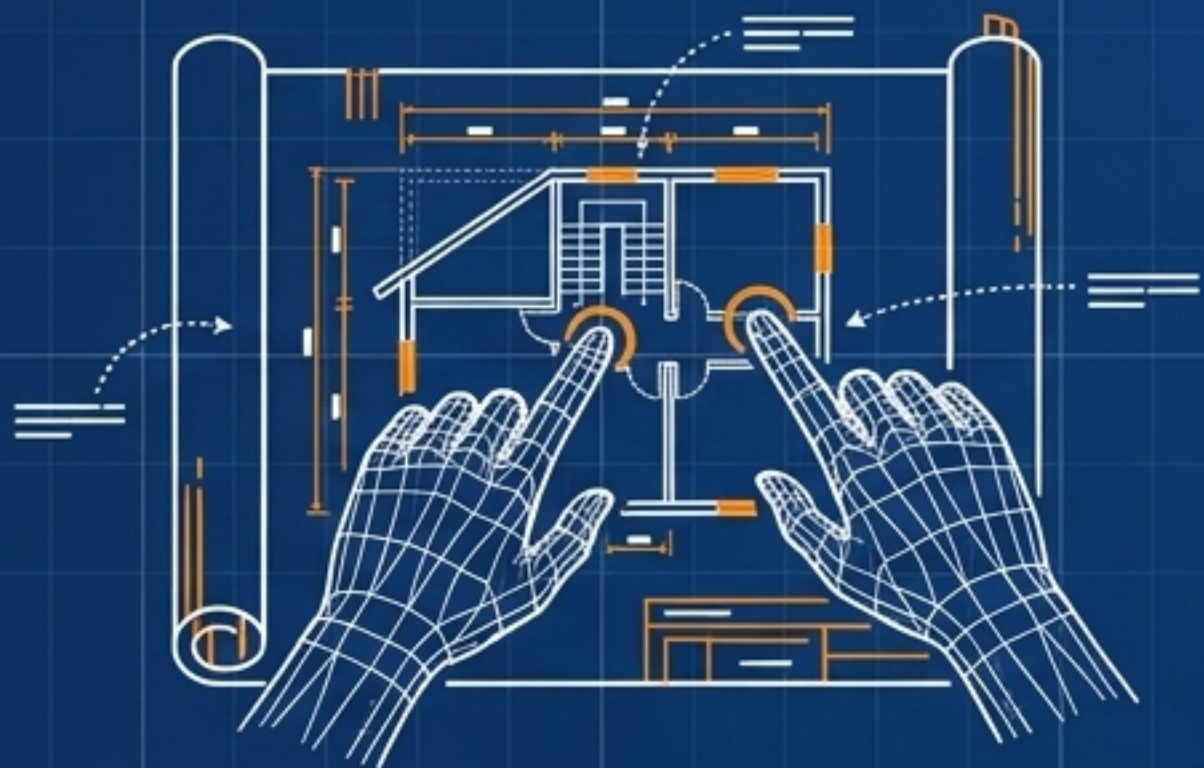
LE POUVOIR DU MOT « MUTUEL »

Le MAP échoue s'il ressemble à une To-Do list dictée par le vendeur.



Lier au Coût de l'Inaction (ROI) :

« Pour que vous puissiez lancer votre campagne le 1^{er} septembre (objectif du client), nous devons avoir terminé l'intégration le 15 août. Voici le rétro-planning pour garantir **VOTRE succès.** »



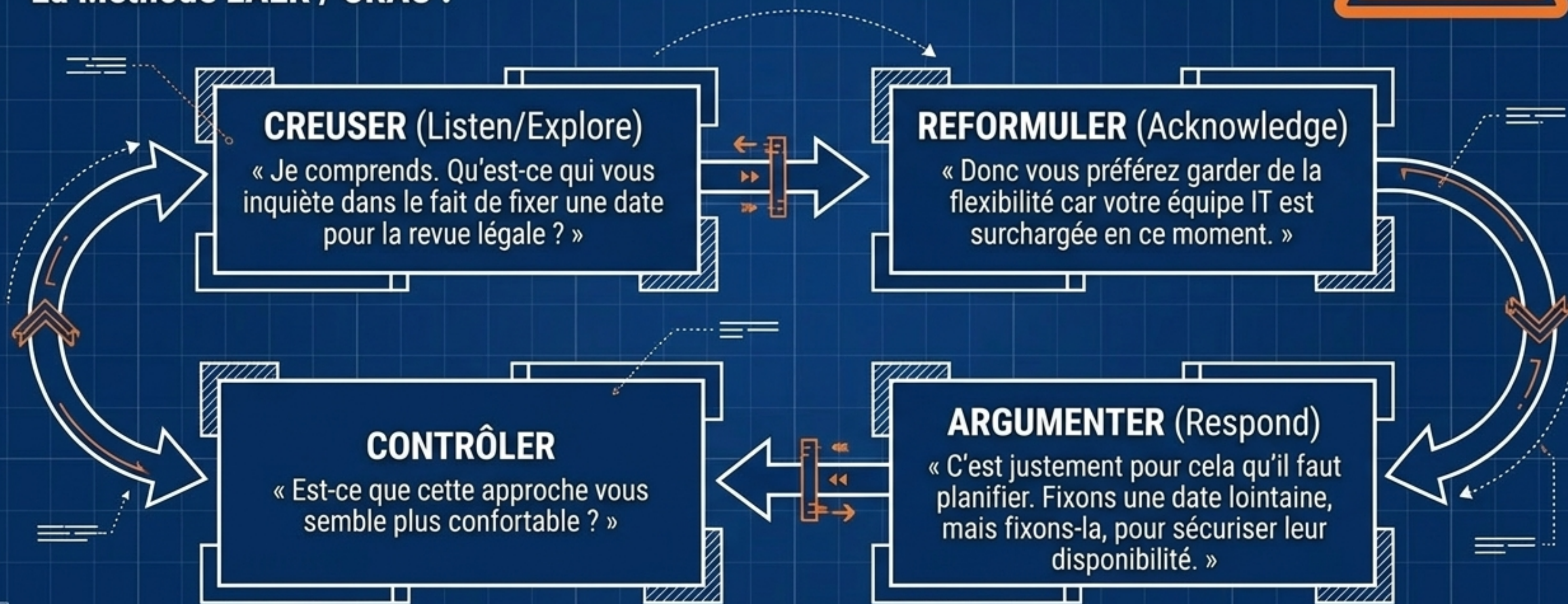
Le Changement de Dynamique :

Vous ne vendez plus. Vous aidez le prospect à acheter.

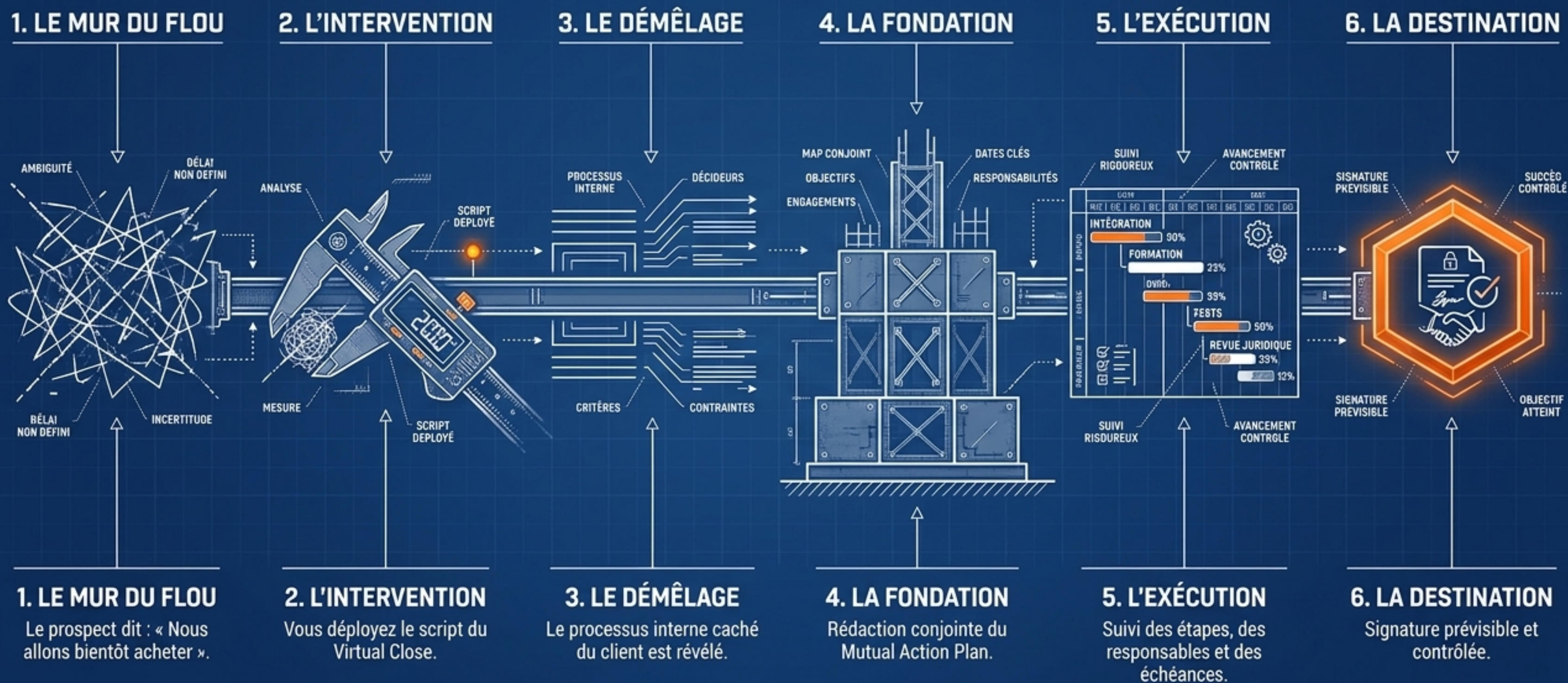
Gérer la Résistance au Plan d'Action

Le prospect dit : « Ne vous inquiétez pas, envoyez juste le contrat, je m'en occupe. »

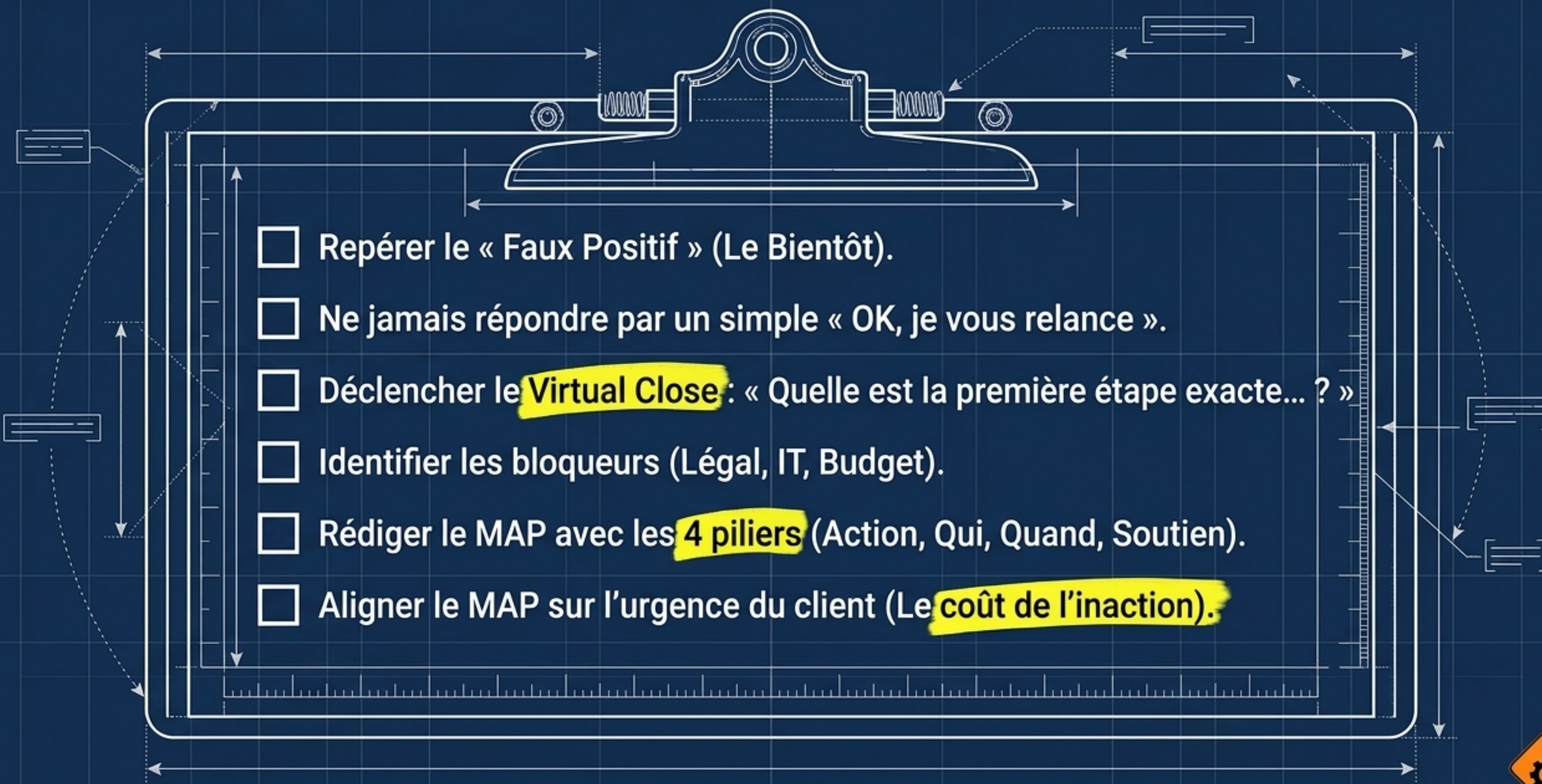
La Méthode LAER / CRAC :



SYNTHÈSE : L'ARCHITECTURE GLOBALE D'UN CLOSING



L'Anti-Sèche du Closer (Cheat Sheet)

- 
- ☐ Repérer le « Faux Positif » (Le Bientôt).
 - ☐ Ne jamais répondre par un simple « OK, je vous relance ».
 - ☐ Déclencher le **Virtual Close**: « Quelle est la première étape exacte... ? »
 - ☐ Identifier les bloqueurs (Légal, IT, Budget).
 - ☐ Rédiger le MAP avec les **4 piliers** (Action, Qui, Quand, Soutien).
 - ☐ Aligner le MAP sur l'urgence du client (Le **coût de l'inaction**).



La Règle d'Or du Closing B2B

« La vente commence quand le client dit **NON**.
Le closing commence quand le client dit **BIENTÔT**. »

Prenez le contrôle.
Devenez l'architecte de vos ventes.