



RESSOURCE PREMIUM · BIZ CONSULTING
GUYANE

Que fait un client avant de vous contacter ?

Reconstituer les vérifications faites avant la prise de contact.

bizconsulting-guyane.com · service@bizconsulting-guyane.com · 0694 14 20 53

Être vu ne veut pas dire être choisi

Une entreprise peut avoir :

- des vues sur Instagram ;
- des visiteurs sur son site ;
- une fiche Google consultée ;
- des personnes qui regardent ses produits ;
- des gens qui demandent parfois des informations ;

et pourtant avoir l'impression que :

« Les gens regardent, mais derrière il ne se passe pas grand-chose. »

C'est parce qu'entre :

« Je découvre cette entreprise »

et

« Je la contacte »

il peut se passer beaucoup de choses.

Et ces étapes sont souvent invisibles pour l'entreprise.

1. Imaginez que vous cherchez vous-même un professionnel

Supposons que vous ayez besoin d'un prestataire que vous ne connaissez pas.

Vous voyez son nom sur Instagram.

Est-ce que vous l'appellez immédiatement ?

Probablement pas toujours.

Vous pouvez d'abord :

regarder son profil

chercher son entreprise sur Google

lire quelques avis

regarder son site

chercher les prix ou les conditions

comparer avec un concurrent

revenir quelques heures ou quelques jours plus tard

puis seulement prendre contact

Le parcours d'un client peut donc être beaucoup plus long qu'un simple :

publication message vente

2. Les 5 questions que se pose souvent un prospect

Avant de contacter une entreprise, un futur client essaie généralement de répondre à plusieurs questions.

1 — Est-ce que cette entreprise fait bien ce que je cherche ?

Il doit comprendre rapidement :

ce que vous proposez

et

si cela correspond à son besoin.

2 — Est-ce que je peux lui faire confiance ?

Il peut regarder :

- vos avis ;
- vos réalisations ;
- vos photos ;
- vos clients ;
- votre ancienneté ;
- votre manière de communiquer ;
- les personnes derrière l'entreprise.

Il cherche des éléments qui réduisent son doute.

3 — Est-ce que cette offre me correspond ?

Même si votre service est bon, il peut encore se demander :

« Est-ce pour moi ? »

« Est-ce adapté à mon budget ? »

« Est-ce disponible dans ma zone ? »

« Est-ce que ça répond vraiment à mon problème ? »

4 — Est-ce que ça vaut le coup de vous contacter maintenant ?

Le prospect peut être intéressé sans être prêt.

Il peut attendre :

- son salaire ;
- une date précise ;
- une validation interne ;
- un devis concurrent ;
- plus d'informations ;
- que le besoin devienne urgent.

5 — Est-ce facile de passer à l'action ?

Et même convaincu, il peut encore abandonner si :

- il ne trouve pas votre numéro ;
- il ne sait pas quoi demander ;
- le formulaire est compliqué ;
- personne ne répond ;
- les horaires ne sont pas clairs ;
- le parcours paraît trop long.

Un prospect peut donc être convaincu... puis ne jamais vous contacter.

3. Votre entreprise répond-elle facilement à ces 5 questions ?

Ne cherchez pas à vous donner une bonne note.

Répondez simplement.

Question du prospect	Oui	Partiellement	Non	Je ne sais pas
Je comprends immédiatement ce que l'entreprise vend				
Je trouve rapidement des raisons de lui faire confiance				
Je comprends si l'offre peut correspondre à mon besoin				
J'ai suffisamment d'informations pour envisager une prise de contact				
Je comprends facilement comment contacter l'entreprise				

4. Attention : le problème ne se situe pas forcément là où vous le voyez

Prenons une entreprise qui constate :

10 000 personnes ont vu son contenu, mais seulement 20 l'ont contactée.

Elle peut conclure :

« Il faut plus de vues. »

Mais imaginons maintenant que :

- l'offre soit difficile à comprendre ;
- les prix ne soient jamais expliqués ;
- les avis soient difficiles à trouver ;
- le compte paraisse peu actif ;
- le lien de contact soit peu visible.

Obtenir 20 000 vues supplémentaires ne corrige pas nécessairement le problème.

Cela peut simplement faire passer **deux fois plus de personnes dans le même parcours imparfait.**

C'est pourquoi :

un manque de demandes n'est pas toujours un manque de visibilité.

5. Faites le test avec votre propre entreprise

Choisissez maintenant **un seul produit ou service** que vous souhaitez vendre davantage.

Écrivez-le ici :

Produit / service :

.....

Puis imaginez qu'une personne en entende parler aujourd'hui pour la première fois.

Étape 1 — Où peut-elle le découvrir ?

.....

Étape 2 — Où peut-elle aller pour vérifier votre entreprise ?

.....

Étape 3 — Où peut-elle comprendre précisément votre offre ?

.....

Étape 4 — Où peut-elle trouver suffisamment de raisons de vous faire confiance ?

.....

Étape 5 — Comment peut-elle vous contacter ?

.....

Maintenant regardez votre parcours.

Y a-t-il une étape pour laquelle votre réponse est :

« Je ne sais pas vraiment. »

Ou :

« Il faut chercher. »

Ou encore :

« En fait, cette information n'existe pas. »

C'est là que cet exercice devient intéressant.

6. Un prospect ne voit pas votre entreprise comme vous

Vous savez :

- ce que vous faites ;
- ce que vos produits valent ;
- pourquoi vous êtes compétent ;
- comment prendre rendez-vous ;
- où trouver vos informations.

Votre prospect, lui, arrive sans tout cela.

Et contrairement à vous, il n'a pas forcément envie de faire l'effort de comprendre.

Il peut simplement partir chez quelqu'un d'autre qui rend la décision plus facile.

C'est pourquoi une entreprise peut être excellente dans son métier et malgré tout perdre des prospects **avant même d'avoir eu l'occasion de leur parler.**

7. Ce que vous venez d'apprendre

Entre :

ÊTRE VU

et

ÊTRE CONTACTÉ

le prospect doit souvent :

COMPRENDRE

VÉRIFIER

SE RASSURER

SE RECONNAÎTRE DANS L'OFFRE

DÉCIDER D'AGIR

TROUVER COMMENT VOUS CONTACTER

Donc lorsque vous dites :

« Les gens voient mes contenus mais ne m'appellent pas. »

la bonne question n'est pas nécessairement :

« Comment obtenir encore plus de visibilité ? »

Elle peut être :

« À quel moment les personnes intéressées arrêtent-elles d'avancer ? »