Repérer les signaux d’achat pour contacter au bon moment

Prospection · 10 min de lecture · Intermédiaire

Ce que vous saurez faire

1. Identifier les événements qui créent un besoin chez ses prospects.
2. Mettre en place une veille légère et gratuite en quinze minutes par jour.
3. Transformer un signal repéré en prise de contact naturelle et utile.

Pourquoi le moment compte autant que le message

1 Beaucoup de prospects ne sont pas en recherche aujourd’hui

2 Un événement fait basculer le besoin en priorité

3 Le premier à proposer une aide utile prend de l’avance

Remonter à l'origine de vos dernières ventes

1. Lister cinq clients récents
2. Chercher ce qui a changé chez eux juste avant
3. Obtenir sa propre liste de déclencheurs

Quatre familles de signaux à surveiller

1. Changement : nouveau dirigeant, déménagement, fusion
2. Croissance : recrutement, nouveau site, levée de fonds
3. Difficulté : avis négatifs, site vieillissant, poste vacant
4. Intérêt direct : visite, téléchargement, question posée

Une veille légère en quinze minutes par jour

1. Alertes Google sur vos comptes prioritaires
2. Offres d’emploi et annonces légales de votre zone
3. Fil LinkedIn filtré sur vos prospects

Du signal à la prise de contact

1. Fait observé, conséquence possible, question ouverte
2. « J’ai vu votre offre de technicien : vos équipes sont-elles déjà saturées ? »
3. Une proposition seulement après confirmation du besoin

Les faux pas qui font peur au prospect

1. Citer une information personnelle ou trop précise
2. Prendre un signal pour une intention d’achat certaine
3. Contacter plusieurs mois après l’événement

L’essentiel à retenir

1. Un signal d’achat est un événement qui rend votre offre plus utile à ce moment précis.
2. Partez de vos dernières ventes : qu’est-ce qui s’était passé chez ces clients juste avant ?
3. Distinguez signaux de changement, de croissance, de difficulté et d’intérêt direct.
4. Offres d’emploi, annonces légales, alertes et réseaux suffisent pour une veille simple.
5. Évoquez le fait public, puis posez une question, sans jouer au détective.
6. Un signal fragile doit toujours être confirmé par une question avant de proposer une offre.

Aller plus loin

Je forme les écoles et les entreprises sur ce sujet, en présentiel autour de Lyon ou en visio.

Toutes les formations gratuites : maximbonnefoy.fr/formations-gratuites