

# Art de la vente

“

L'ART DE LA VENTE  
CONSISTE  
À NE RIEN VENDRE

”

*hubert kratiroff*

“ ON VIT TOUS  
DE LA VENTE  
DE QUELQUE  
CHOSE  
À QUELQU’UN ”

*hubert kratiroff*

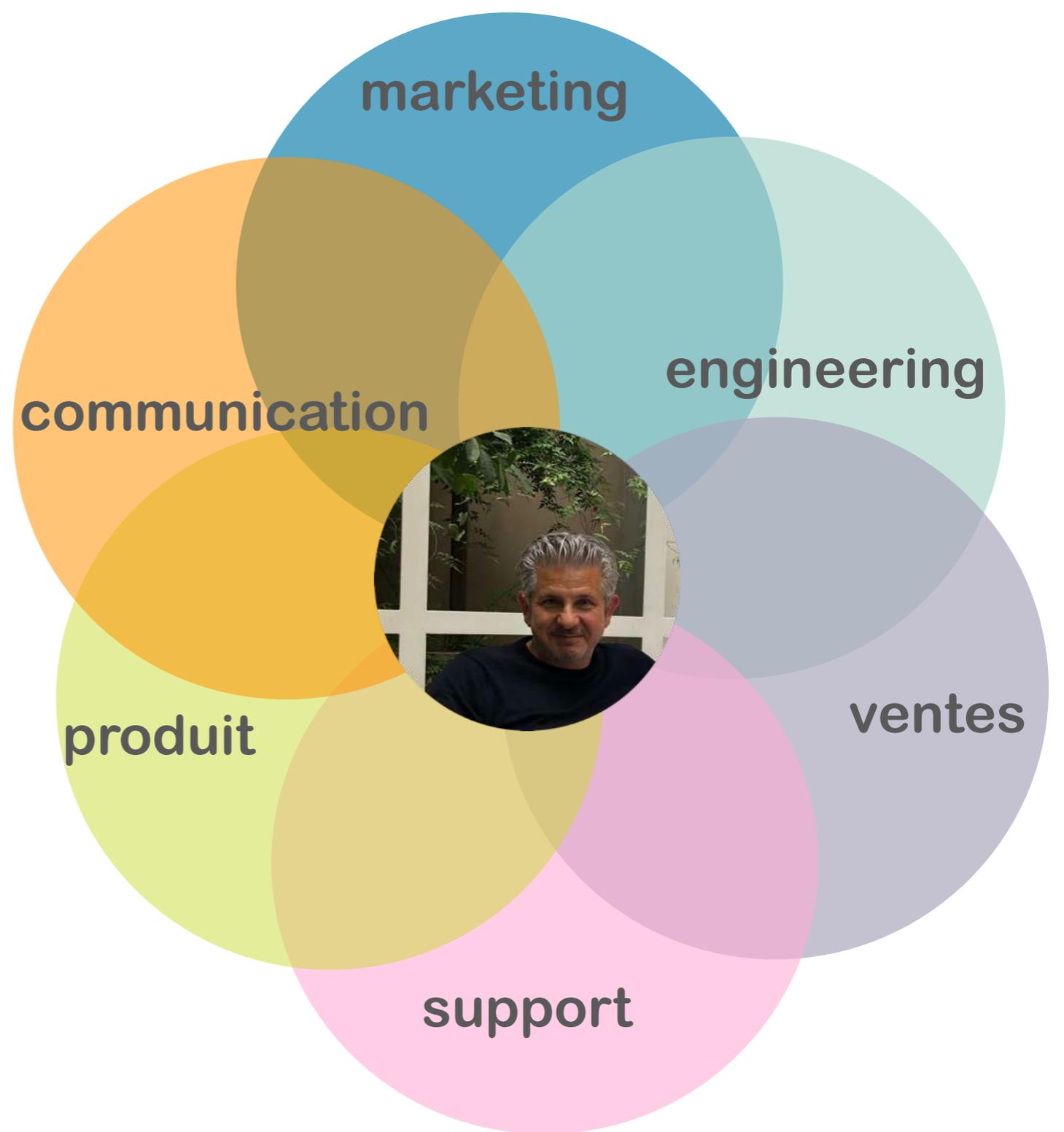


hubert@kratiroff.com

linkedin.com/in/kratiroff

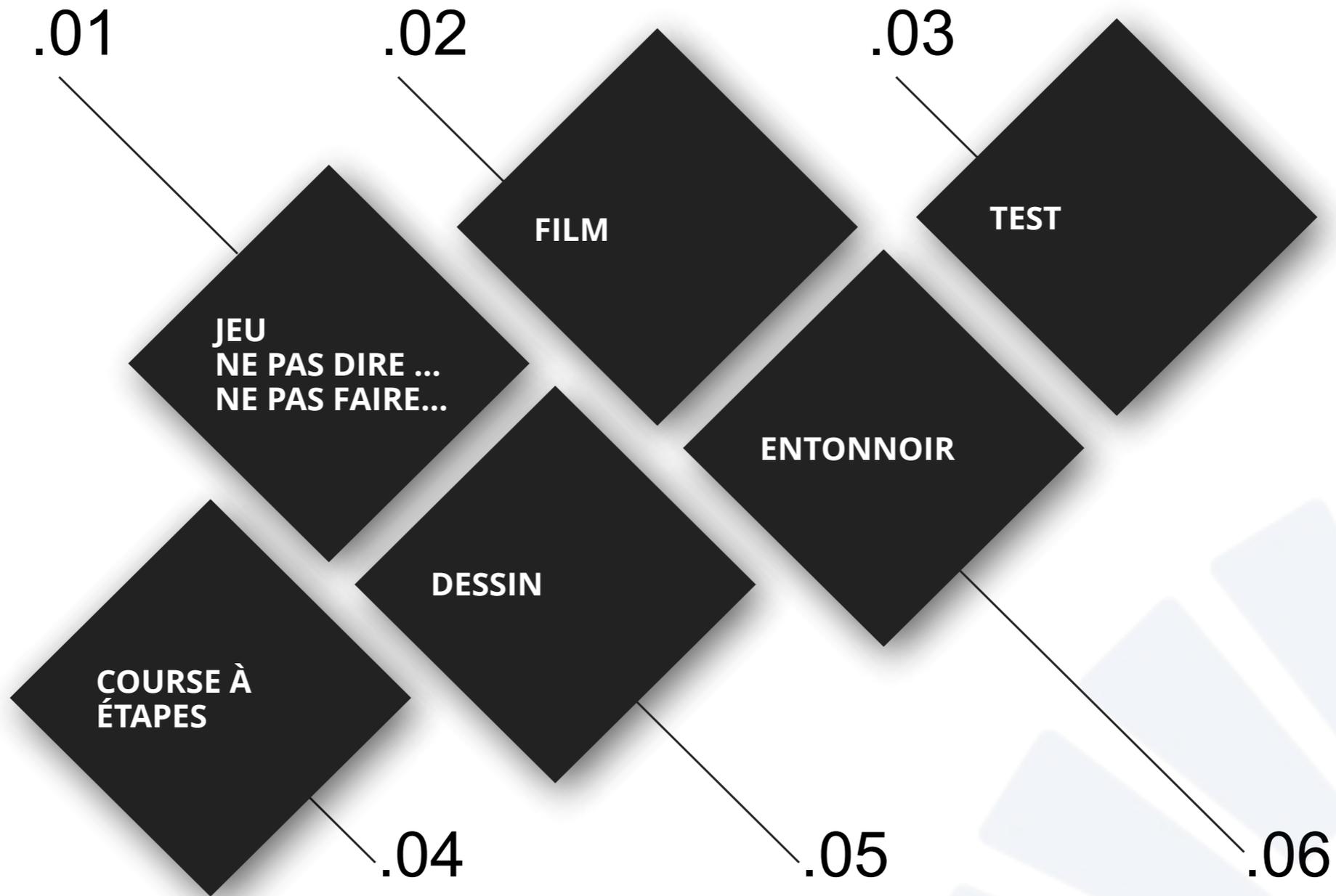
ProLib

Art de la  Vente



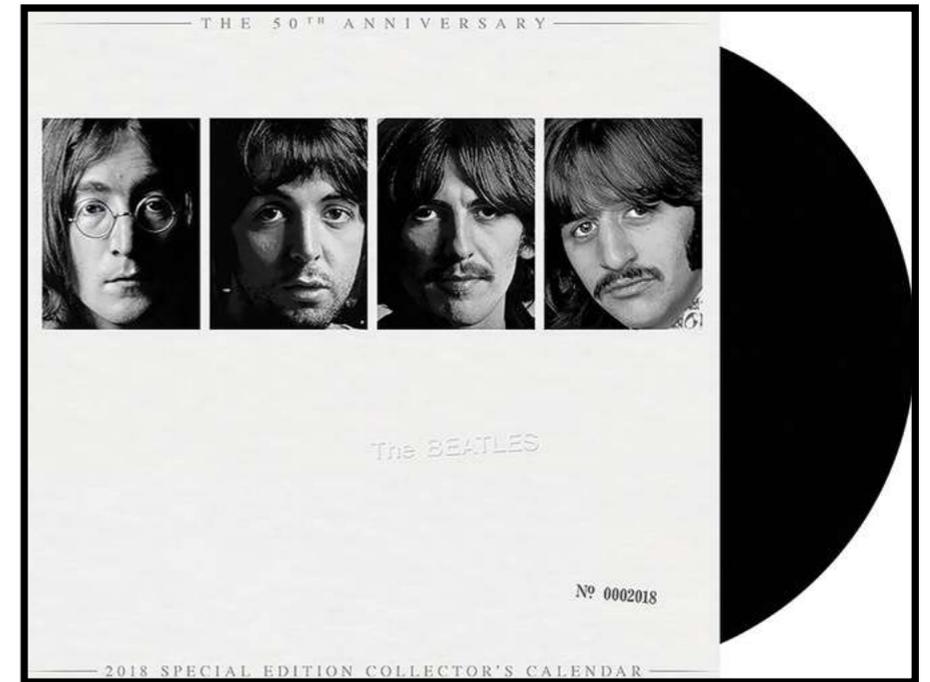
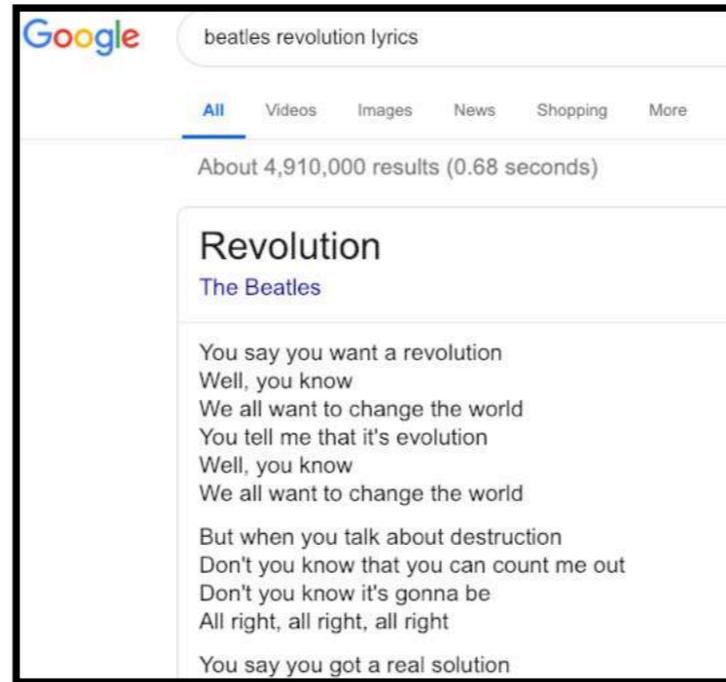


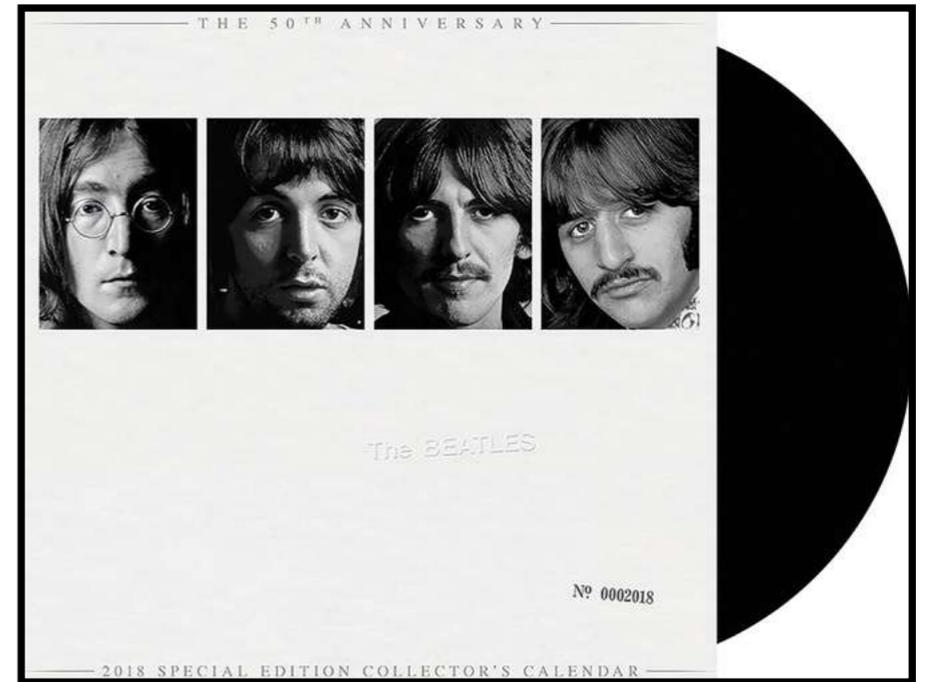
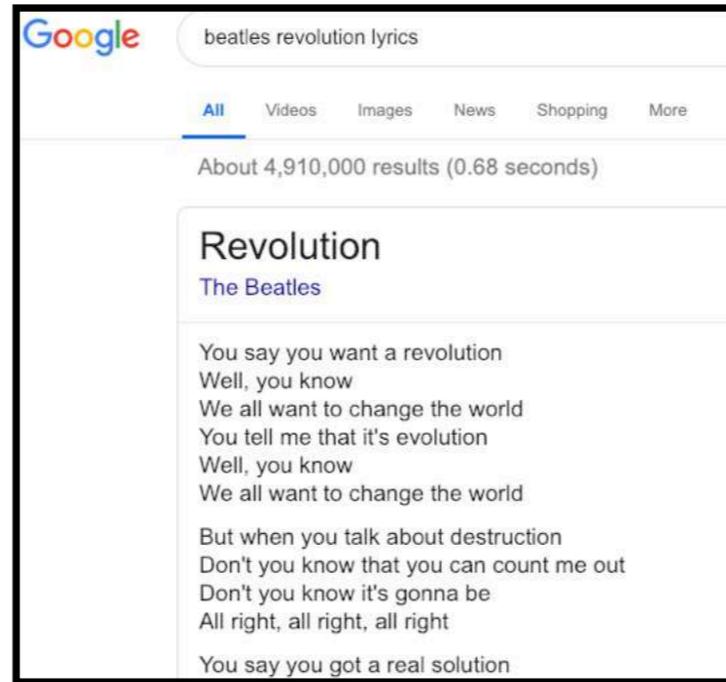
tout  
sur  
le  
marketing  
.com  
/artdelavente



UX  
EX

CX





“

L'ART DE LA VENTE  
CONSISTE  
À NE RIEN VENDRE

”

*hubert kratiroff*

Savoir se taire

2 oreilles : 66%

1 bouche : 33%

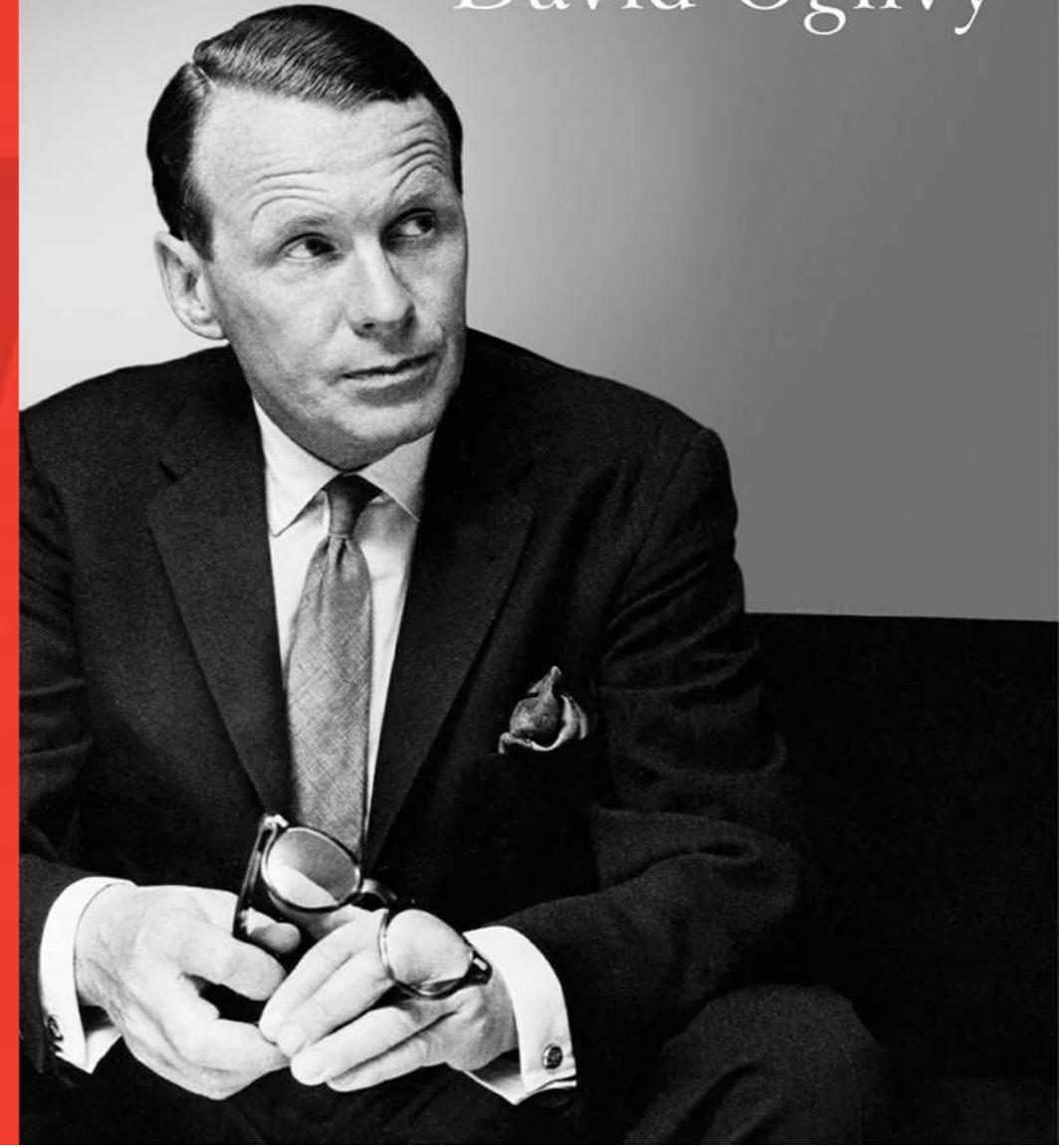
2 yeux 10 doigts

“ ON VIT TOUS  
DE LA VENTE  
DE QUELQUE  
CHOSE  
À QUELQU’UN ”

*hubert kratiroff*

# Business Developer

Confessions *of*  
*an* Advertising Man  
David Ogilvy



**VENDRE**  
**- OU -**  
**MOURIR**



Your **HAPPINESS**  
**IS my BUSINESS**





# SOCIAL SELLING



Interfimo @Interfimo · Oct 11

[ 📖 #DicoLib ] Le mot du jour : Le crédit syndiqué

Vous connaissez ?

#Crédit #Financement #ProfessionsLibérales @LCL

## Crédit syndiqué

Crédit délivré au minimum par deux prêteurs offrant, dans un contrat de crédit unique négocié et géré par un ou plusieurs agents, les mêmes termes et conditions.

Définition proposée par DicoLib : Le Dictionnaire d'Interfimo

**Interfimo**  
PARTENAIRE ET FINANCIER DES PROFESSIONS LIBÉRALES

www.interfimo.fr



# Les enseignes les mieux notées sur Google en 2022

Activité : Banque

Note Google\*

#1



4,54

#2



4,50

#3 **Crédit Mutuel** 4,39

\*Moyenne calculée sur l'année 2022

**Important :** seules les notes attribuées en 2022 ont été prises en compte.

## Panel analysé :

154 973 évaluations publiées sur 21 251 agences affiliés aux 9 réseaux de la catégorie A (+ de 1 000 agences en France).

Liste des enseignes de la catégorie A disponible sur [vasano.fr/podiums](https://vasano.fr/podiums)

## Podium :

LCL (1 416 agences, 24 343 avis), CIC (1 552 agences, 13 492 avis), CREDIT MUTUEL (2 719 agences, 19 238 avis).



Les notes Google sont le reflet grandeur nature de l'expérience des consommateurs avec les enseignes organisées en réseaux sur le territoire français. VASANO SOLUTIONS est indépendant des marques citées, ne leur a demandé aucune contrepartie pour participer à ce classement et n'est mandaté par aucun donneur d'ordre pour le produire.

Tous droits réservés. Les marques et logos appartiennent à leurs propriétaires respectifs. © VASANO SOLUTIONS février 2023.

[En infographie] Notre accompagnement, complet et diversifié, adapté à chaque étape de votre développement, de l'installation à la retraite !

#ProfessionsLibérales #PL #Crédit @LCL

## À CHAQUE ÉTAPE SON CRÉDIT

NOUS ACCOMPAGNONS 29 PROFESSIONS LIBÉRALES RÉGLEMENTÉES DANS LES DOMAINES DE LA SANTÉ, DU DROIT, DES TECHNIQUES ET DU CADRE DE VIE...

**Zoom**  
sur le crédit amortissable

- Le r. engagem. utilis.
- à échéance constante
- Durée de l'emprunt déterminée par l'objet de financement
- Les amortissements sont généralement étagés, parfois linéaires en fonction de la particularité du dossier

**JE M'INSTALLE**

- Financer/ Acquérir des locaux
- Acquérir des parts
- Investir dans du matériel / équipement
- Financer/ Acquérir un véhicule
- Bénéficier d'une trésorerie
- Acquérir des parts

**JE ME DÉVELOPPE**

- Financer/ Acquérir des locaux
- Acquérir un fonds de commerce
- Acquérir des titres
- Acquérir un fonds libéral
- Passage en SEL

**ET JE ME STRUCTURE**

- Réguler son capital
- Structurer sa communication
- Comptabiliser sa transition digitale
- Entrée/ sortie d'associé
- Investir dans du nouveau matériel / l'équipement

**JE PRÉPARE MA TRANSMISSION**

- Accompagnement et conseil en évaluation/ valorisation
- Opération de réduction de capital
- Épargne
- Entrée/sortie d'associé
- Vente à soi-même

**Interfimo** **LCL**

**Au cas par cas**

- Possibilité d'inscrire un effet d'intérêt en capital (1 à 50 ans) + Régime des mensualités au report, le client ne paie que les intérêts, mais du principe de l'effet d'intérêt (pas de travaux, pas de déduction de l'impôt)
- Titre utilis. en cas de première installation !

**NOTRE SOLUTION DE FINANCEMENT**

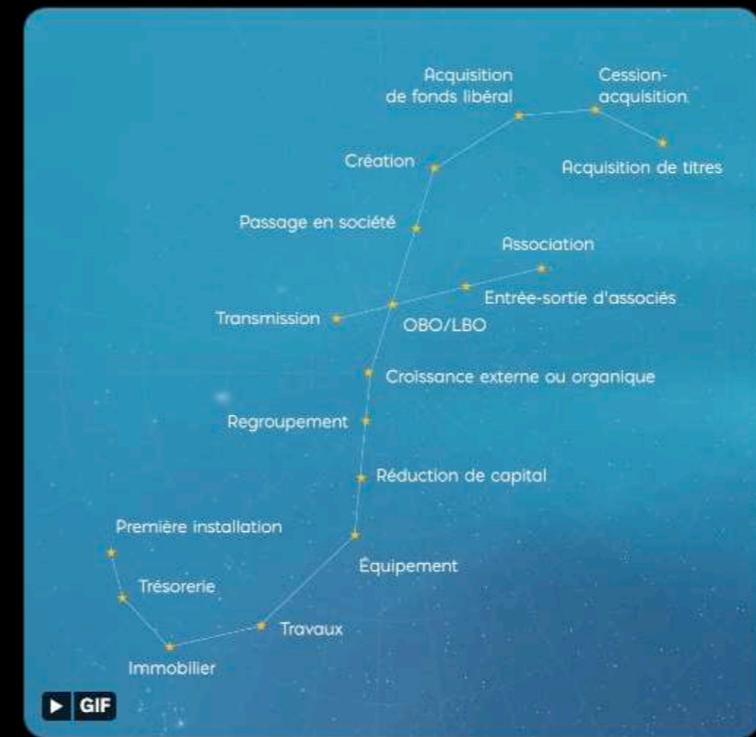
Différents durées de crédit :

- Max 5 ans
- Max 7 ans
- Max 10 ans
- Max 20 ans

(1/3) Vous êtes professionnel libéral ? Vous souhaitez vous installer ?

➔ Nous sommes là pour vous guider !

Nous accompagnons, chaque année, des centaines d'#entrepreneurs comme vous.



Feb 21  
nel libéral ? Vous souhaitez vous installer ?  
vous guider !  
aque année, des centaines d'#entrepreneurs

Interfimo finance tous vos besoins professionnels



Interfimo @Interfimo · Dec 21, 2022

☀️ 2022 ☀️ - Une année riche en nouveautés, en activités et en actualités dans laquelle nos équipes ont été vivement mobilisées au service des professions libérales.

Retour en infographie sur nos actions en 2022 😊

#ProfessionsLibérales #PL @LCL



1 1 101 Tip



Interfimo @Interfimo · Jan 24

[ Grands Comptes ] @Interfimo finance toutes les sociétés de professionnels libéraux dans tous leurs besoins, quelle que soit leur taille.

#ProfessionsLibérales #Financement #Installation #Investissements #Crédit @LCL

15 RESPONSABLES GRANDS COMPTES RÉPARTIS SUR TOUT LE TERRITOIRE

DES ANALYSTES CRÉDITS ET UN PÔLE D'APPUI COMMERCIAL DÉDIÉS

GIF

51 Tip



Interfimo

5,629 followers

9h · 🌐

#EnRégion

L'équipe Interfimo d'Île-de-France, Grand Paris Nord et Ouest se [...see more](#)

See translation



#EnRégion

« C'est un plaisir pour moi d'avoir la chance d'intégrer une entreprise d'expertise, familiale, en adéquation avec ma volonté de continuer d'accompagner les professions libérales dans leurs projets. »



**Justine Jahard**

Responsable de financements spécialisés  
Grand Paris Nord et Ouest

# POURQUOI CHOISIR INTERFIMO ?

## ON S'ADAPTE À VOTRE ENVIRONNEMENT

On vous propose des solutions sur-mesure : modalités de financement adaptées, optimisation de votre fiscalité, couverture assurance personnalisée.



## NOTRE EXPERTISE EST RECONNUE

Avec 10 000 projets étudiés par an, Interfimo vous accompagne, professionnels libéraux, depuis plus de 50 ans. Toutes ces années sont le gage d'une connaissance approfondie de chaque profession et de ses enjeux.

## PARTENAIRE AVEC LCL

Un modèle unique : Vous serez en plus, entourés d'experts de votre quotidien bancaire mais aussi en patrimoine avec LCL Banque Privée.



## LE CAUTIONNEMENT MUTUEL

Un fonds de garantie constitué par plusieurs générations de praticiens assure la continuité de vos financements. Une entraide interprofessionnelle !



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [interfimo.fr](http://interfimo.fr)

# À CHAQUE ÉTAPE SON CRÉDIT

NOUS ACCOMPAGNONS 29 PROFESSIONS LIBÉRALES RÉGLEMENTÉES DANS LES DOMAINES DE LA SANTÉ, DU DROIT, DES TECHNIQUES ET DU CADRE DE VIE...

### Zoom sur le crédit amortissable

- Le + logement utilisé
- la échéance constante
- la durée de l'emprunt déterminée par l'objet de financement
- Les amortissements sont généralement mensuels, parfois trimestriels en fonction de la particularité du dossier

### JE M'INSTALLE



### JE ME DÉVELOPPE



### ET JE ME STRUCTURE

### JE PRÉPARE MA TRANSMISSION



### Ru cas par cas

- Possibilité d'introduire un offre d'amortissement en capital (3 à 36 mois) - Règlement des mensualités au départ, le client ne paie que les intérêts, mais la période de offre d'amortissement est toujours introduite dans la durée totale de l'emprunt.
- Tous les financements sont accessibles aux clients professionnels de votre dossier

### NOS SOLUTIONS DE FINANCEMENT

Différentes durées de crédit :

- Max 5 ans
- Max 12 ans
- Max 7 ans
- Max 30 ans





**Hubert Kratiroff**

CDO at C4C, MyConnecting



# Your Social Selling Index

Top Industry SSI rank

1%

Top Network SSI rank

2%

## Current Social Selling Index ?



### Four components of your score



## People in your industry



Sales professionals in the Computer Software industry have an average SSI of 32.

You rank in the **top 1%**

No change since last week

## People in your network



People in your network have an average SSI of 42.

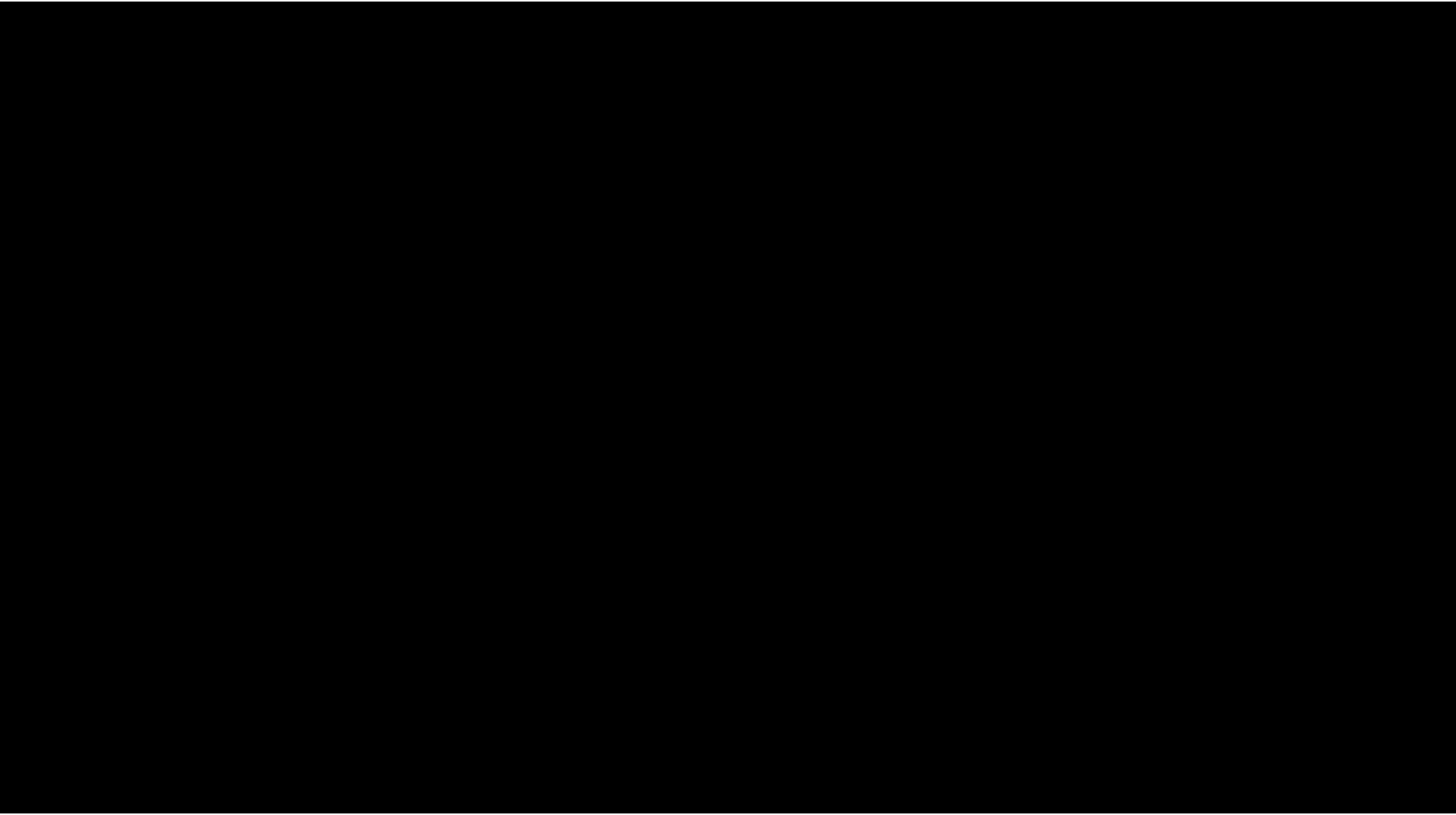
You rank in the **top 2%**

▲ Up 1% since last week



**Hubert Kratiroff**  
CDO at CX-convers & public speaker





“

NE  
JAMAIS

...

”



vouloir vendre à tout prix  
parler sans écouter  
langage de technicien  
oublier de conclure  
ne pas être sincère  
**perdre le contact**  
feindre un désintérêt  
croire de tout est dans le prix

ne pas préparer (visite, dossier...)

baissier les bras trop vite

*préjuger ou présumer que le taux le plus bas sera choisi*

envoyer sa proposition par mail

*ne pas rappeler le client après une affaire ou un refus*

négliger le non verbal

affirmer ses qualités

jamais de name dropping, gossip  
(rumeur)

ne pas apprendre de ses échecs

# Tue-le-charisme

1. langage non verbal / Dress-Code
2. voix monocorde
3. affirmer ses qualités
4. parler des autres / anecdotes
5. ne pas écouter
6. dire sans montrer

SE  
PRESENTER  
+INTERFIMO



# 1 2 3

- 1 mn réflexion (j'écris)
- 2 mn partage (tour de table)
- 3 mn synthèse (1 solution)

SE  
PRESENTER  
+INTERFIMO  
+LCL



**BIRE**  
**BONJOUR**





**DI RE**

**BONJOUR**



TED conference

Anecdote  
Émotion

Dire —> Montre

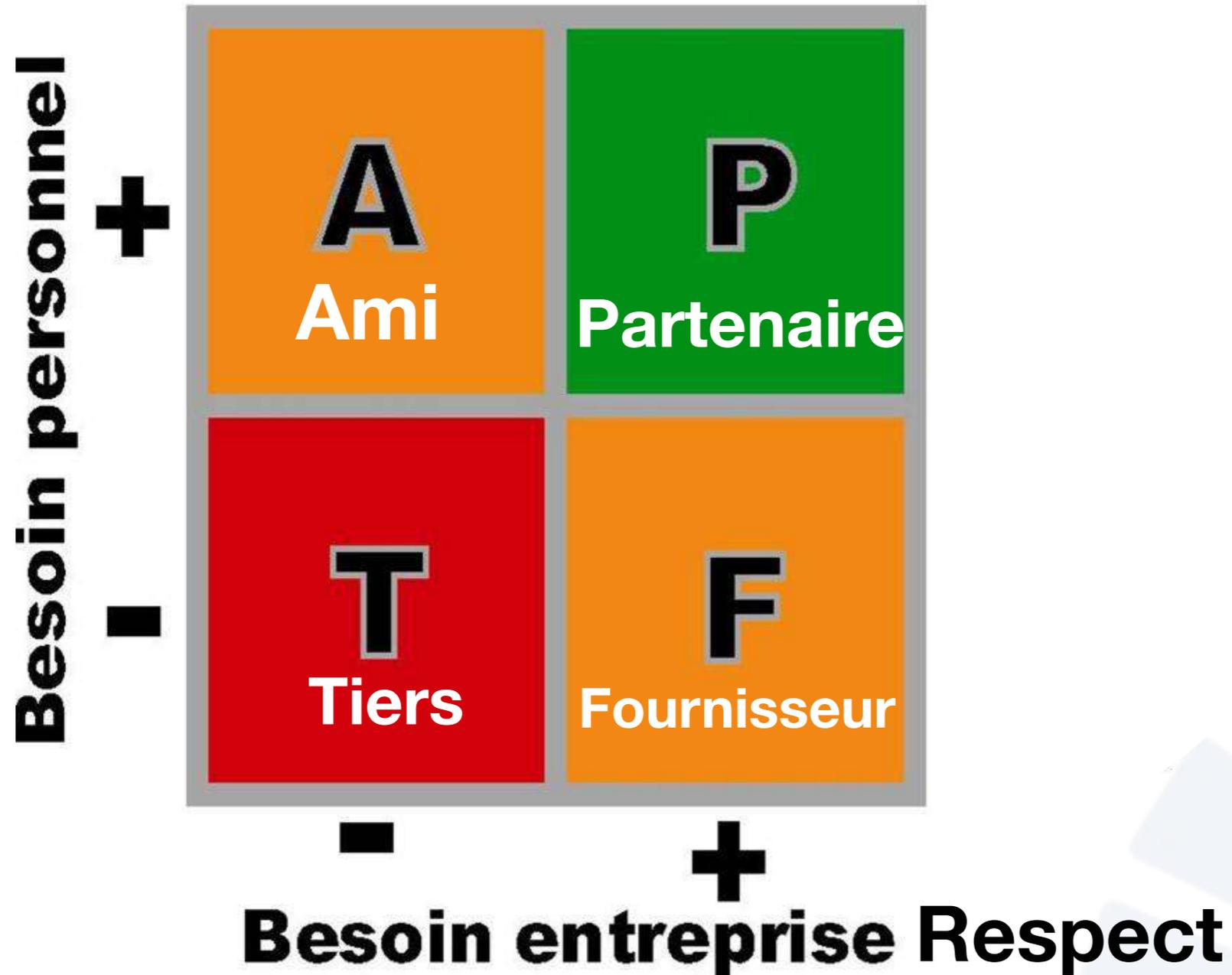
Démonstration  
dramatique

**SHOW  
BUSINESS**

COMPORTEMENT  
PROFESSION  
LIBERALE ?



# Typologies au travail



COMPORTEMENT  
PROFESSION  
LIBERALE ?

## Le comportement du professionnel libéral

- ▶ pressé
- ▶ exigeant
- ▶ unique
- ▶ négociateur
- ▶ hostile « à l'administratif »

▶ hostile « à l'administratif »

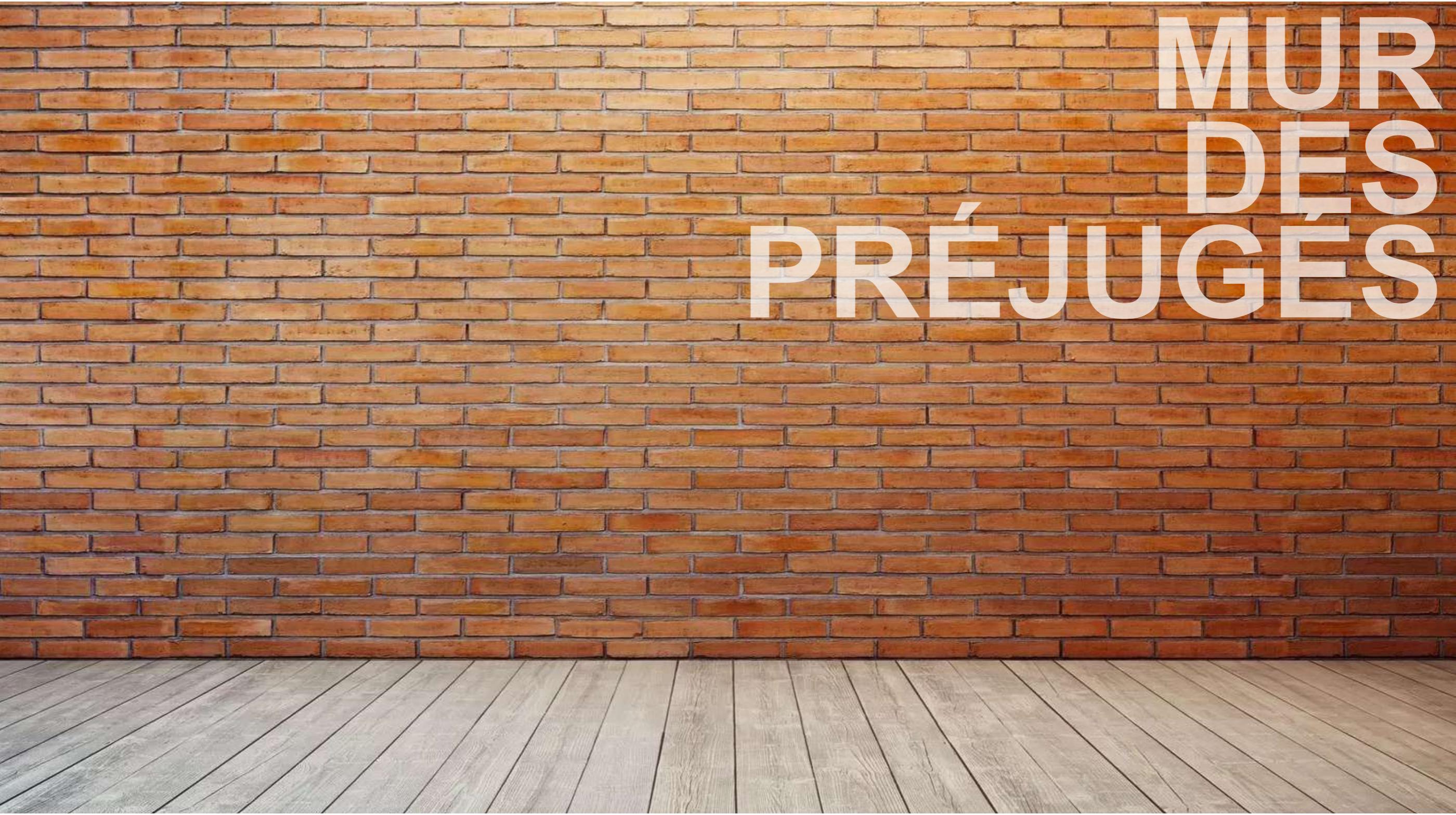
## Le comportement du professionnel libéral vis-à-vis de la banque



- ▶ Fidèle s'il est bien accompagné
- ▶ moins négociateur en cours de carrière
- ▶ fait confiance à son banquier s'il en est satisfait
- ▶ a besoin d'être rassuré
- ▶ reconnaissant envers le banquier qui lui a permis de financer sa 1ère installation
- ▶ se souvient longtemps d'un refus de crédit
- ▶ est rapidement détracteur ou promoteur de sa banque auprès de ses confrères

de ses confrères

est rapidement détracteur ou promoteur de sa banque auprès de ses confrères

A photograph of a brick wall with a wooden floor. The wall is made of reddish-brown bricks in a standard running bond pattern. The floor is made of light-colored wooden planks. The text 'MUR DES PRÉJUGÉS' is overlaid on the right side of the image in a white, bold, sans-serif font.

# MUR DES PRÉJUGÉS



TOUS LES JOURS  
DU LUNDI AU VENDREDI  
**THOMAS SOTTO**  
EUROPE MATIN

E

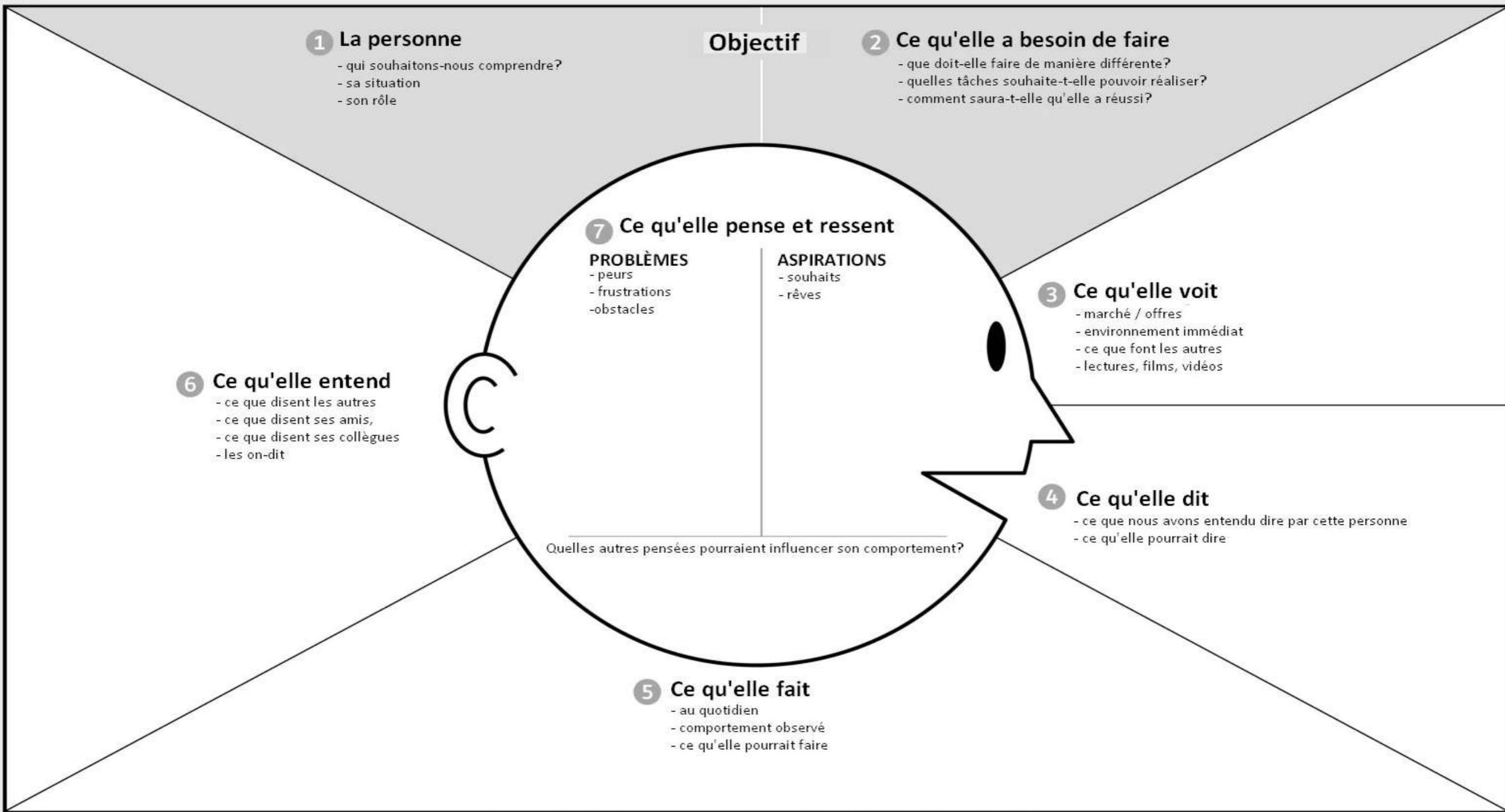
LISTE DES

PRÉJUGÉS

SCHÉMA

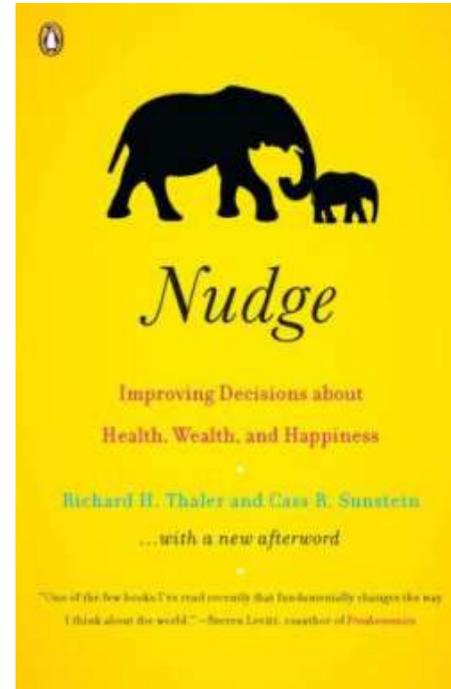
PARADIGME





# Richard Thaler

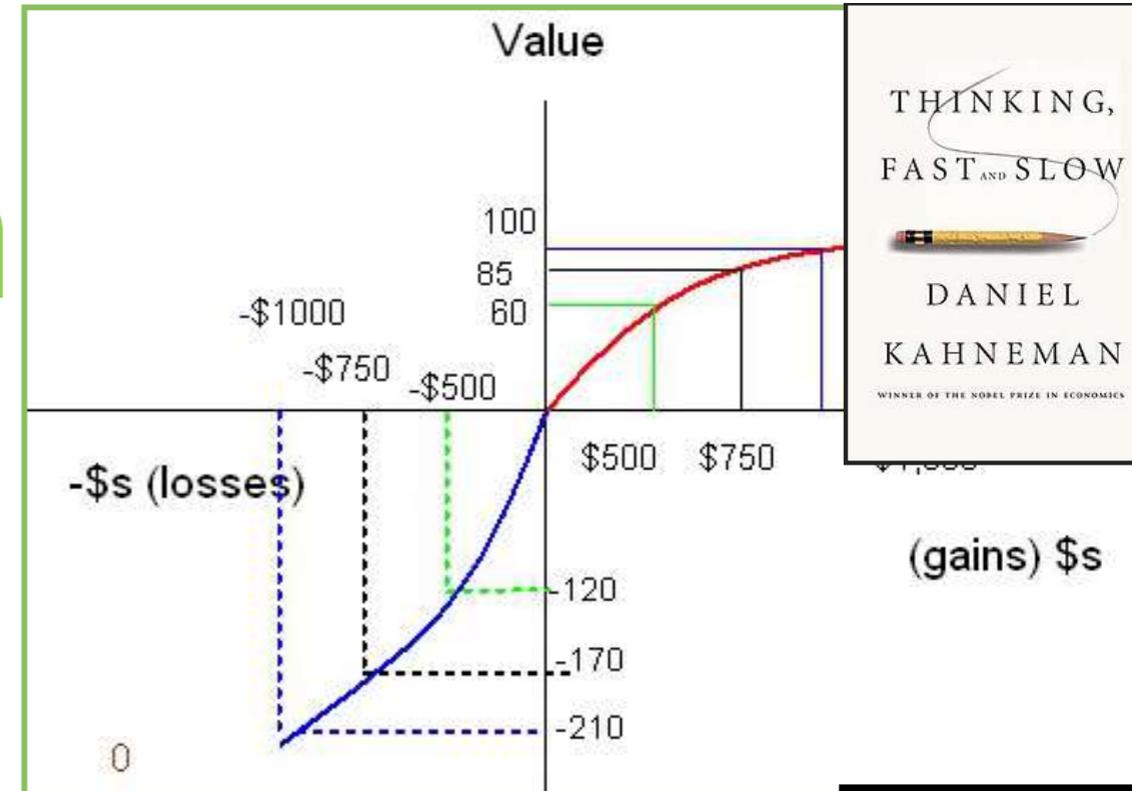
## Nobel 2017 pour Nudge



inciter sans que l'incitation soit perceptible,  
sans contrainte ni récompense

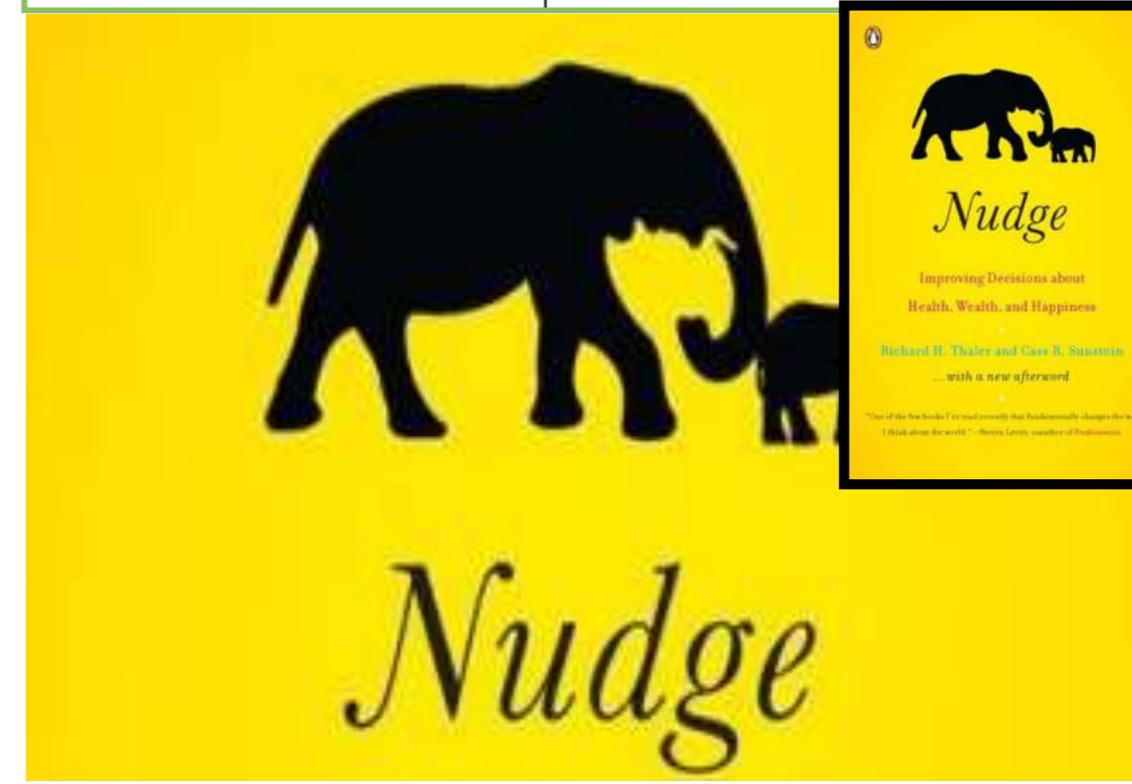
# Daniel Kahneman

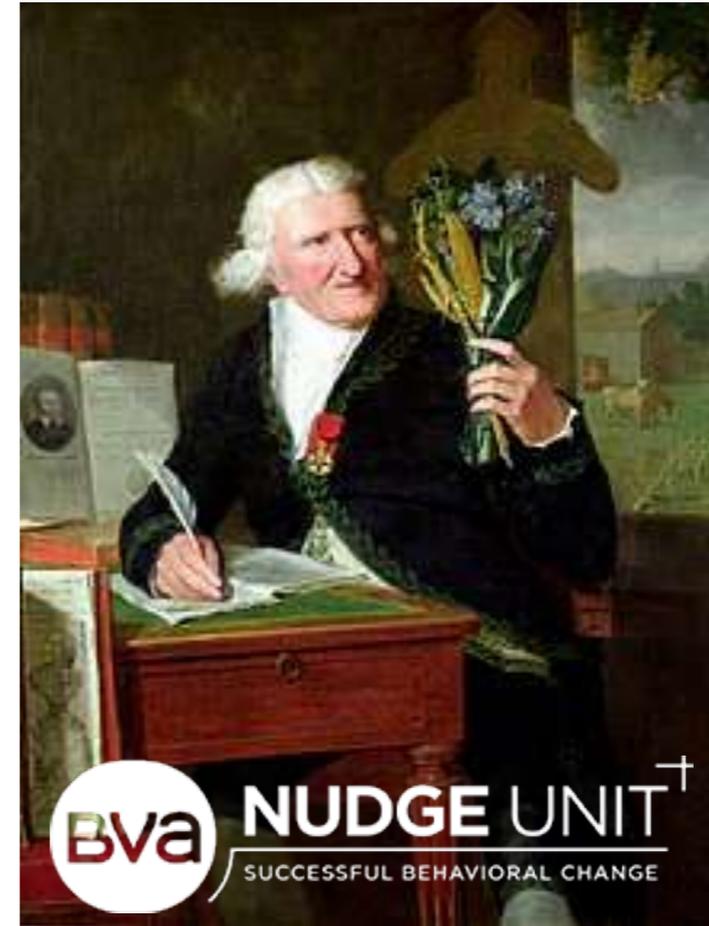
## 2002 Decision making under uncertainty



# Richard Thaler

## Nobel 2017 pour Nudge





1785 «Les Sablons» avec LouisXVI et Antoine Parmentier

avouer un petit défaut  
je n'ai rien à vendre  
client n'est pas rationnel  
client est émotionnel  
aider au lieu de vendre

“

NE

JAMAIS

...

”

# Etiquette / DressCode / Grooming

1. Ça va ?
2. M'sieu dame !
3. Bon appétit... manger... ne pas attendre
4. Enchanté
5. Phubbing
6. Collègue / Collaborateur
7. Orthografe
8. Pas d'accueil (Small Talk / sourire)
9. Passer devant (sauf escalier et restaurant)
10. Faire attendre (physique & virtuelle)
11. Mal ou trop bien habillé
12. Sale, odorant ou trop propre
13. Ne pas angoisser / mettre mal à l'aise
14. Tomber la veste

Les "astuces à Hubert" :

...

...

...

...

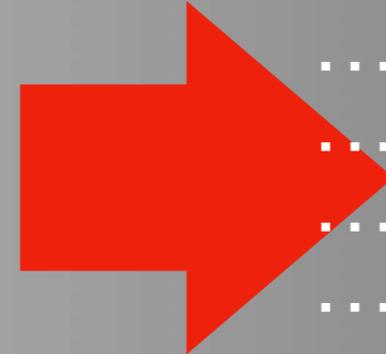
...

...

...

...

...

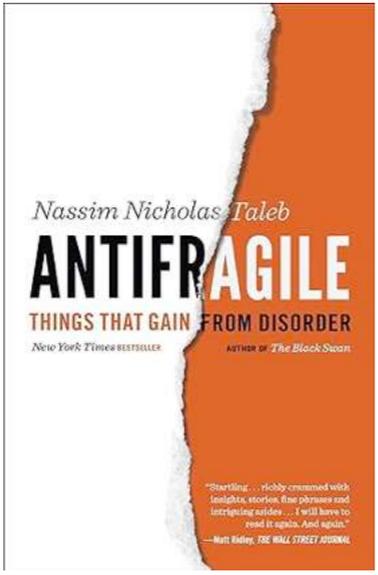
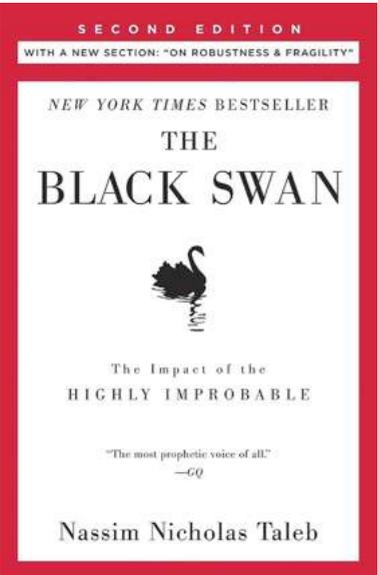


MAIS...faire remarquer une faute est un manque de savoir vivre



# PAULSEN

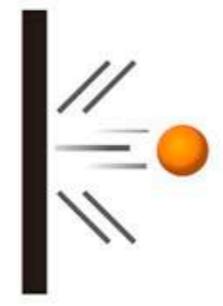




**FRAGILE**  
Damaged by disorder

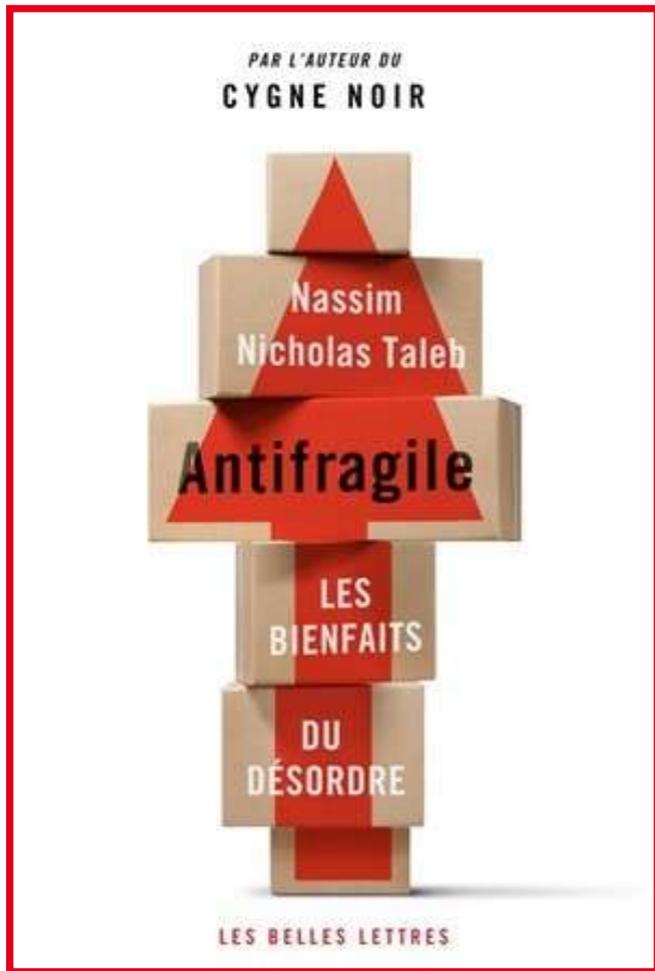


**RESILIENT**  
Unaffected by disorder

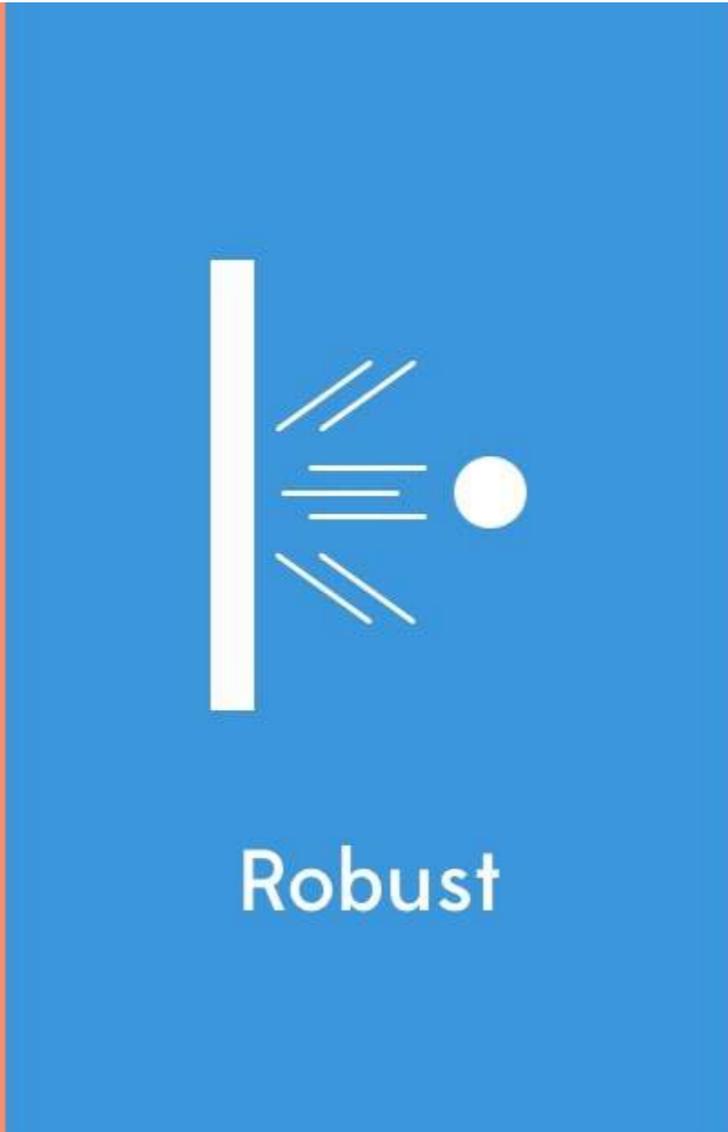


**ANTIFRAGILE**  
Benefits from disorder





Fragile



Robust



Antifragile



# fragile

sensible, peur du stress



# résilient

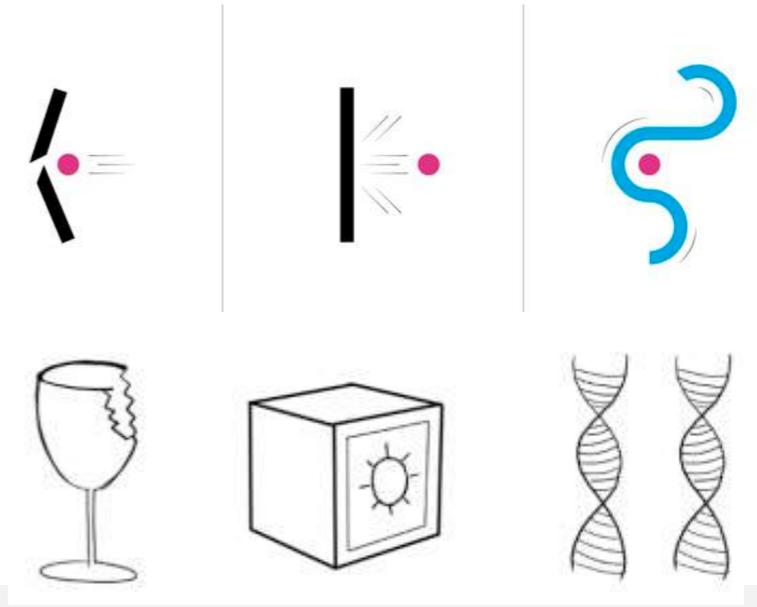
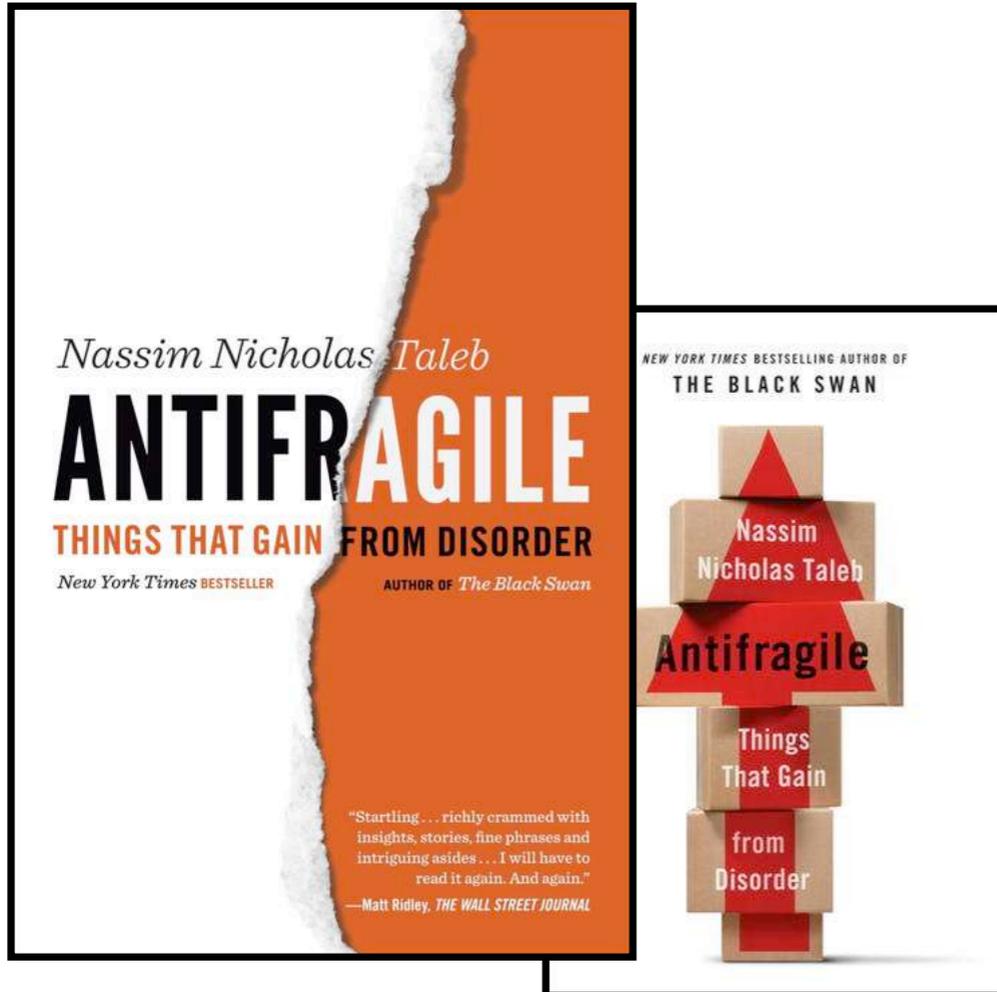
robuste, puissant, résiste au stress



# antifragile

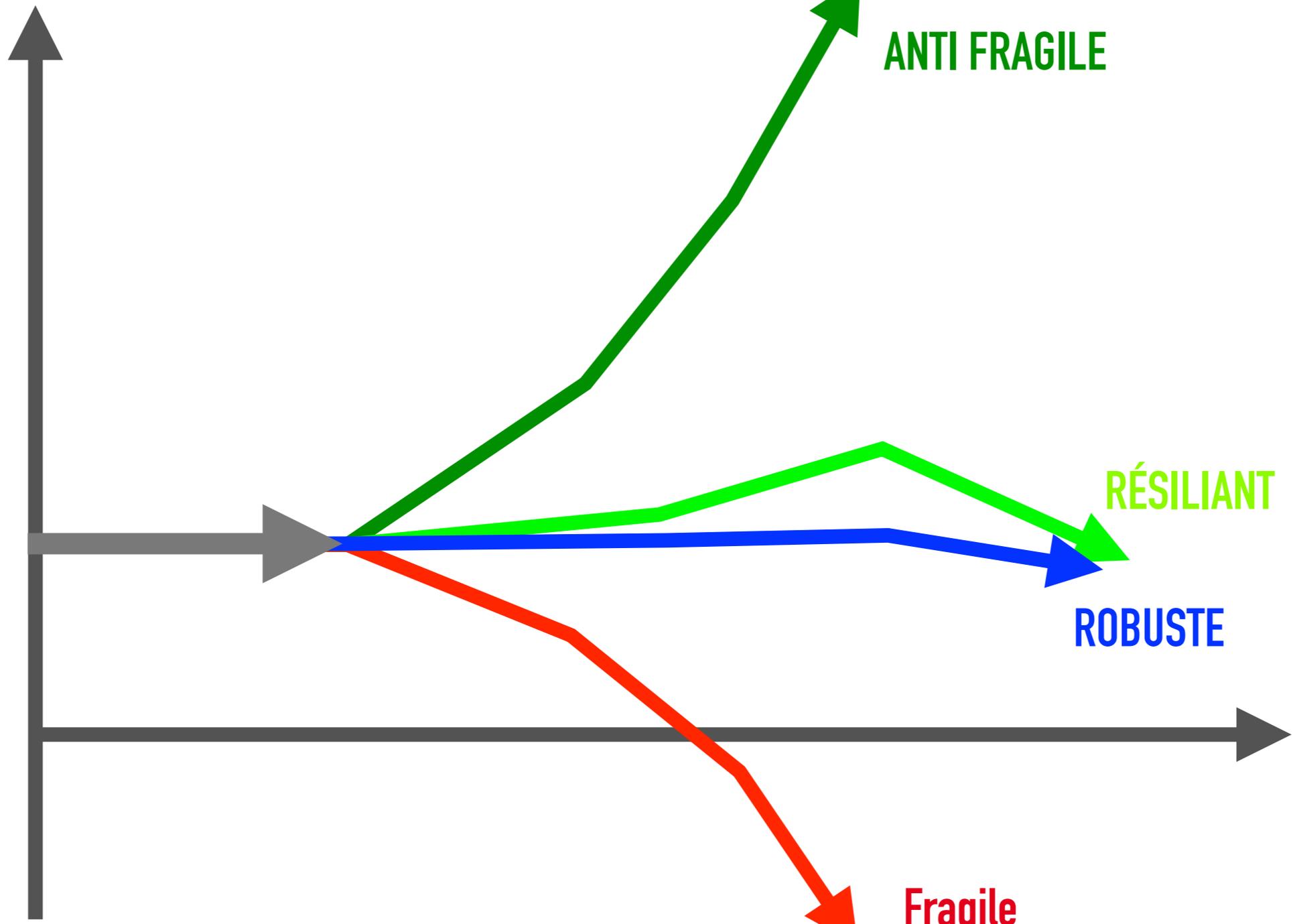
renforcé par l'adaptation au stress

# KINTSUGI ET ANTIFRAGILITÉ



Kintsugi  
金継ぎ

Amélioration



ANTI FRAGILE

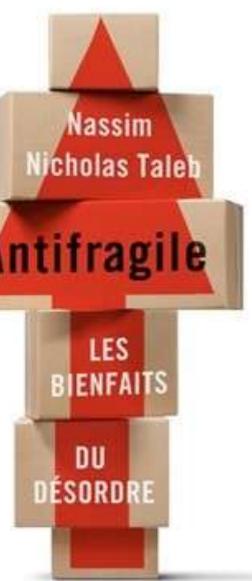
RÉSILIENT

ROBUSTE

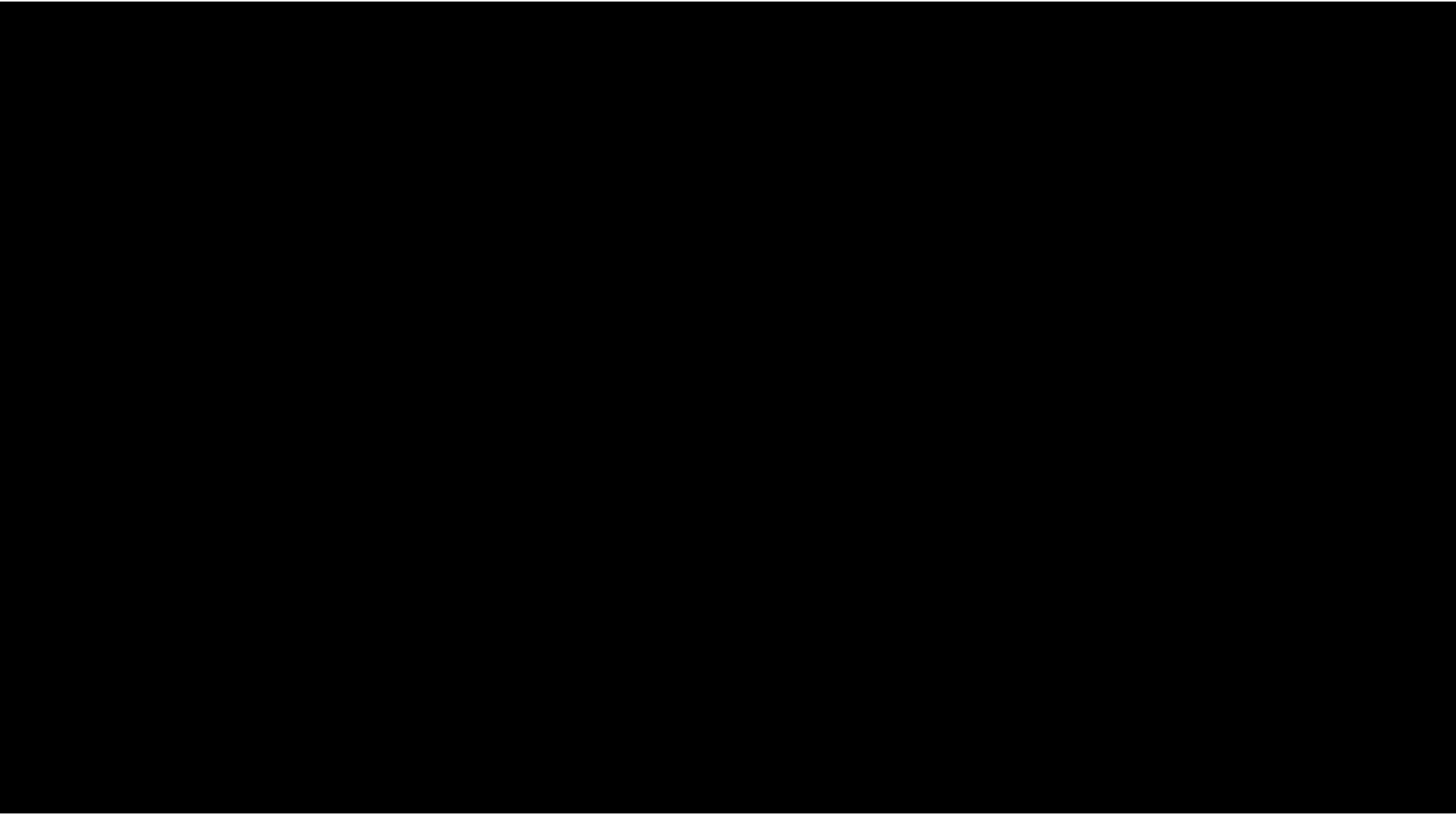
Fragile

Stress Change

PAR L'AUTEUR DU  
CYGNE NOIR



LES BELLES LETTRES

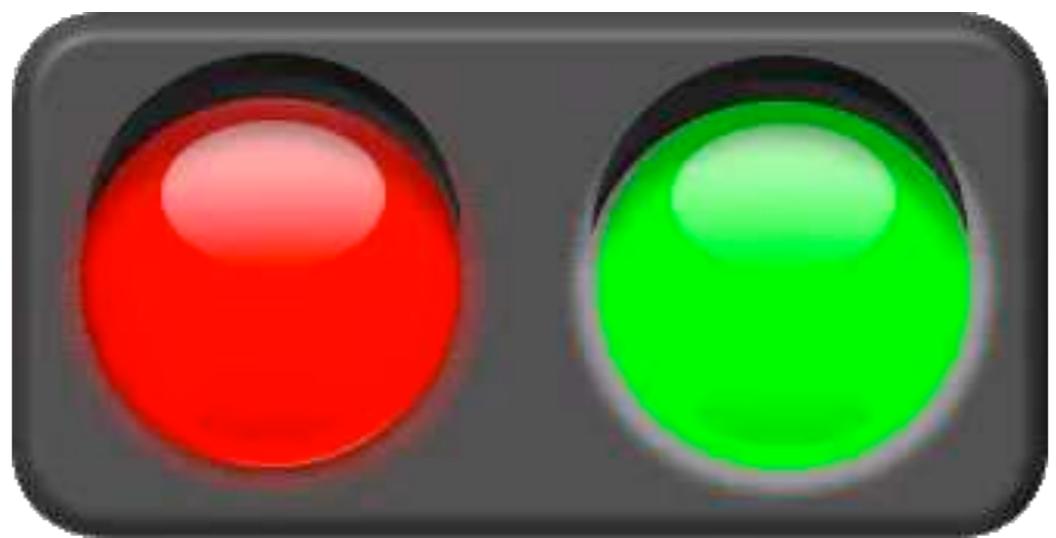


# LES ÉTAAPES DE LA VENTE

# Art de la vente

# Les 5 étapes de la vente

1. **Accueil** : entrée en matière
2. **Exploration** : entretien découverte
3. **Argumentation** : conseil, information, proposition, réponse aux objections et développement
4. **Conclusion** : suivi et signature
5. **Prise de congé** : accompagnement



5C

Contact

Connaître

Convaincre

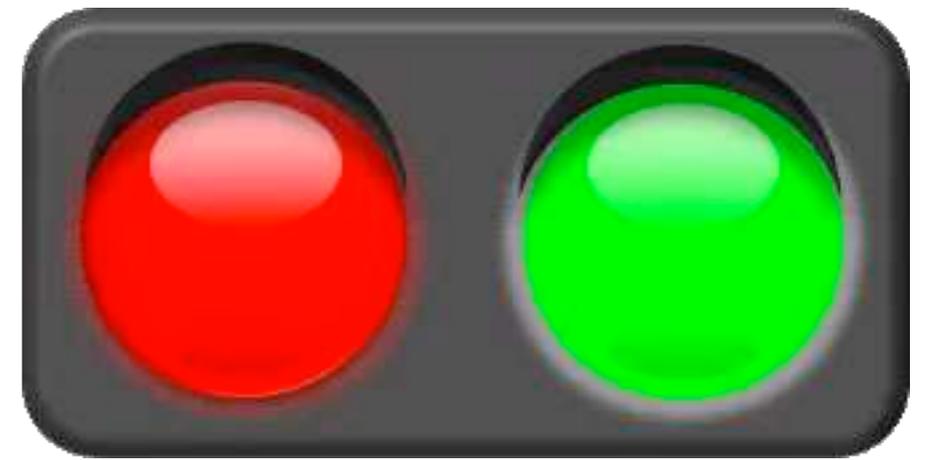
Conclusion

Continuer

### Comment réussir ?

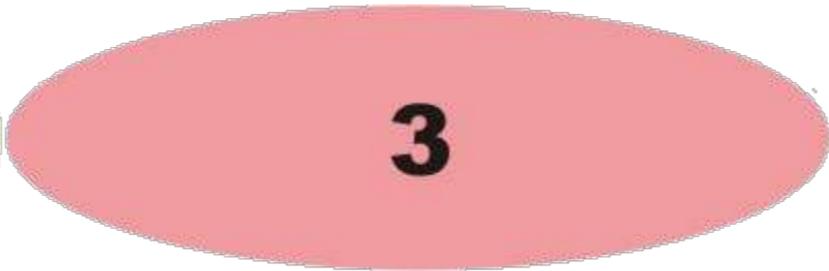
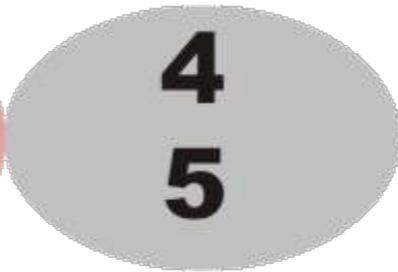
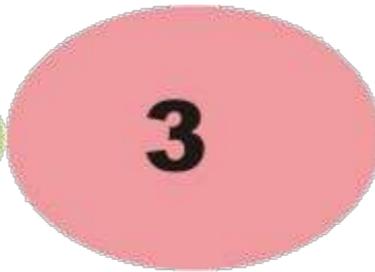
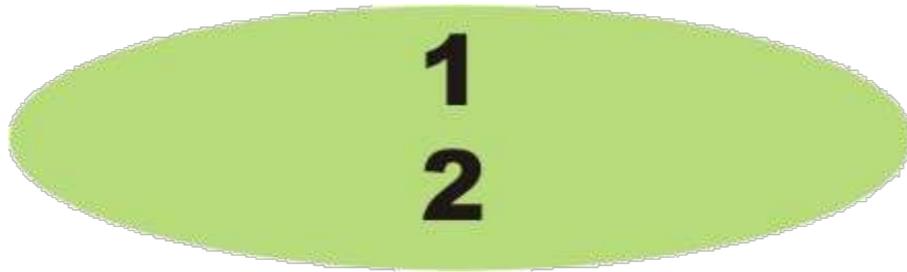
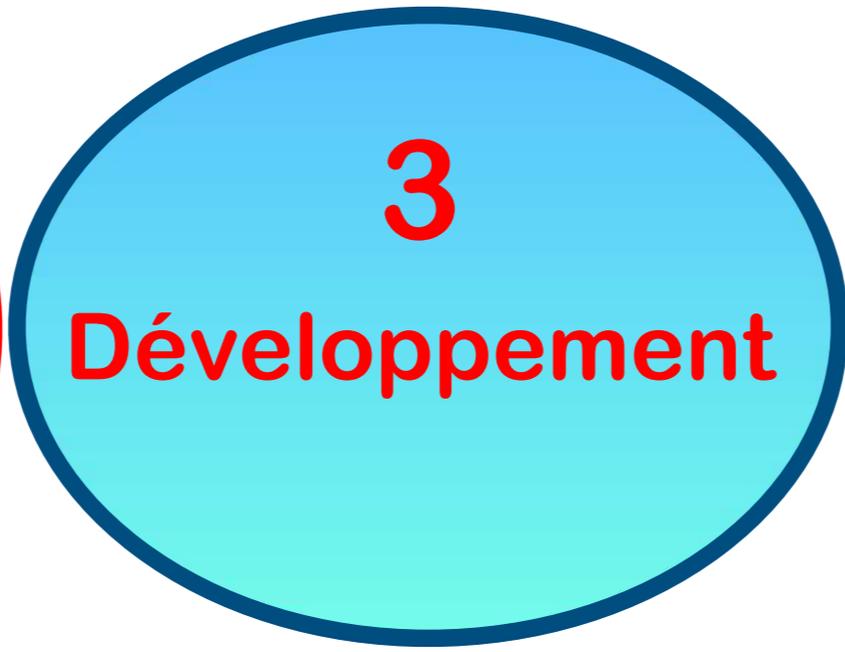
- ▶ l'entrée en matière
- ▶ l'entretien
- ▶ la proposition
- ▶ le suivi
- ▶ l'accompagnement dans la durée
- ▶ l'accompagnement dans la durée

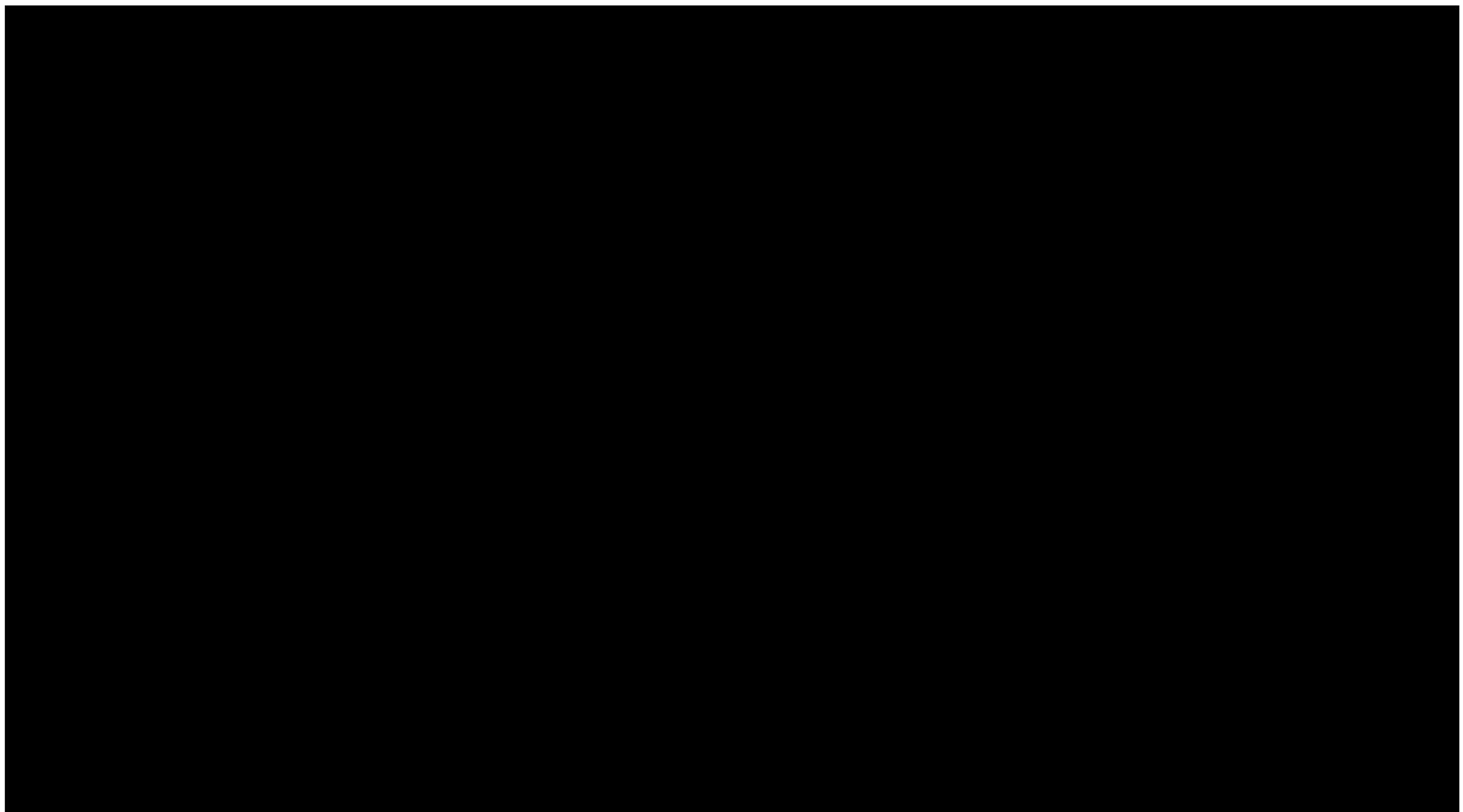
# Le droit de continuer



## Les 5 étapes de la vente









 ENTER CONTENT —

Version 2.1  Version 3

Firstname

Hubert

Lastname

Kratiroff

Organization

Kratiroff

Position (Work)

CEO

Phone (Work)

+33680432905

Phone (Private)

+33680432905

Phone (Mobile)

+33680432905

Fax (Work)

Fax (Private)

Email

hubert@kratiroff.com

Website

https://www.kratiroff.com

Street

28 bd Inkermann

Zipcode

92200

City

Neuilly Sur Seine

State

Île-de-France



<https://www.qrcode-monkey.com>

**AVANTAGES**  
**INTERFIMO ?**



# 1 2 3

- 1 mn réflexion (j'écris)
- 2 mn partage (tour de table)
- 3 mn synthèse (1 solution)

COMMENT  
PARLER  
ASSURANCE ET  
GARANTIE ?



# 1 2 3

- 1 mn réflexion (j'écris)
- 2 mn partage (tour de table)
- 3 mn synthèse (1 solution)

COMMENT  
PARLER  
DES PRIX ???



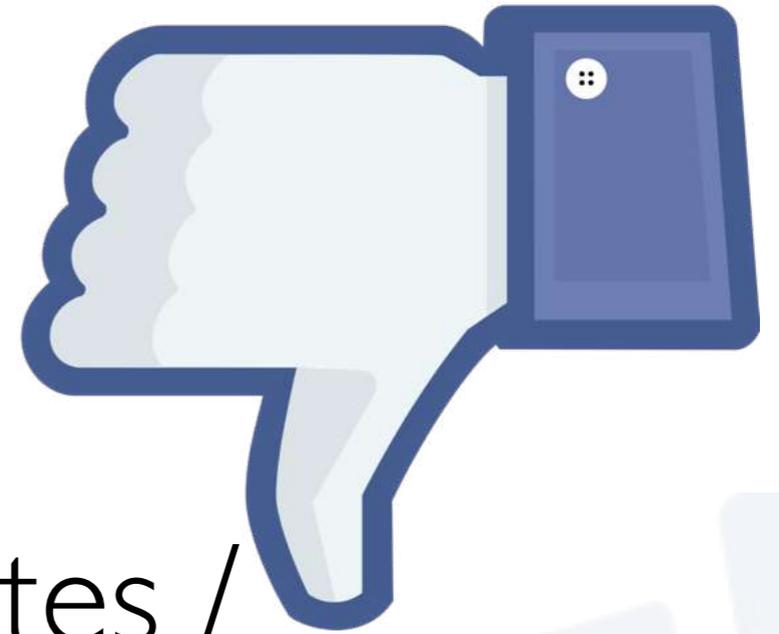
COMMENT

QUAND

RELANCER ?



# RELANCE



Perçue comme rendre des comptes /  
suivi / procédure

Valeur ajoutée / info complémentaire /  
aide /

# 1 2 3

- 1 mn réflexion (j'écris)
- 2 mn partage (tour de table)
- 3 mn synthèse (1 solution)

POURQUOI  
CHOISIR  
INTERFIMO ?



RÉPONSE

AUX

OBJECTIONS



# 1 2 3

- 1 mn réflexion (j'écris)
- 2 mn partage (tour de table)
- 3 mn synthèse (1 solution)



“

LES MOTS  
MAGIQUES

...

”

merci

“SI VOUS LE  
SOUHAITEZ QU'EN  
PENSEZ-VOUS  
QU'ELLE EST VOTRE  
IMPRESSION  
J'AI ENVIE DE TRAVAILLER  
AVEC VOUS”  
EST-CE CLAIR ?

**50%**

**50%**

**Temps de  
préparation  
réflexion  
interne**

**Temps de  
vente  
communication  
négociation**

# Temps de parole

1

accueil

50/50

2

exploration

90/10

3

développement

20/80

4

conclusion

50/50

5

prise de congès

30/70

# La vente à plusieurs

1

accueil

50/50

2

exploration

90/10

3

développement

20/80

4

conclusion

50/50

5

prise de congès

30/70

# Millennials ???

Lost ... Greatest ... Silent ...

BabyBoomer (1940 - 1965 +/- 6 ans)

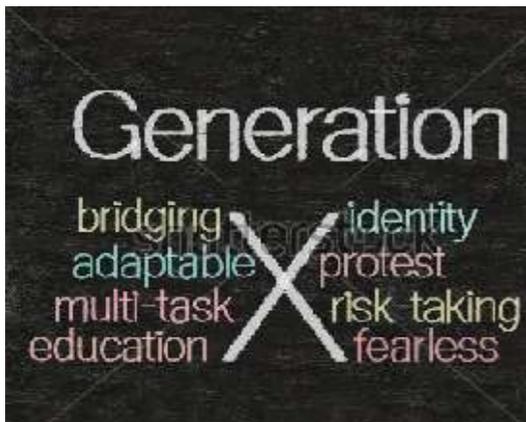
GenX (1955 1985 +/- 8 ans)

GenY = Millennials (1979 1999 +/- 5 ans)

GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 +/- 4 ans)

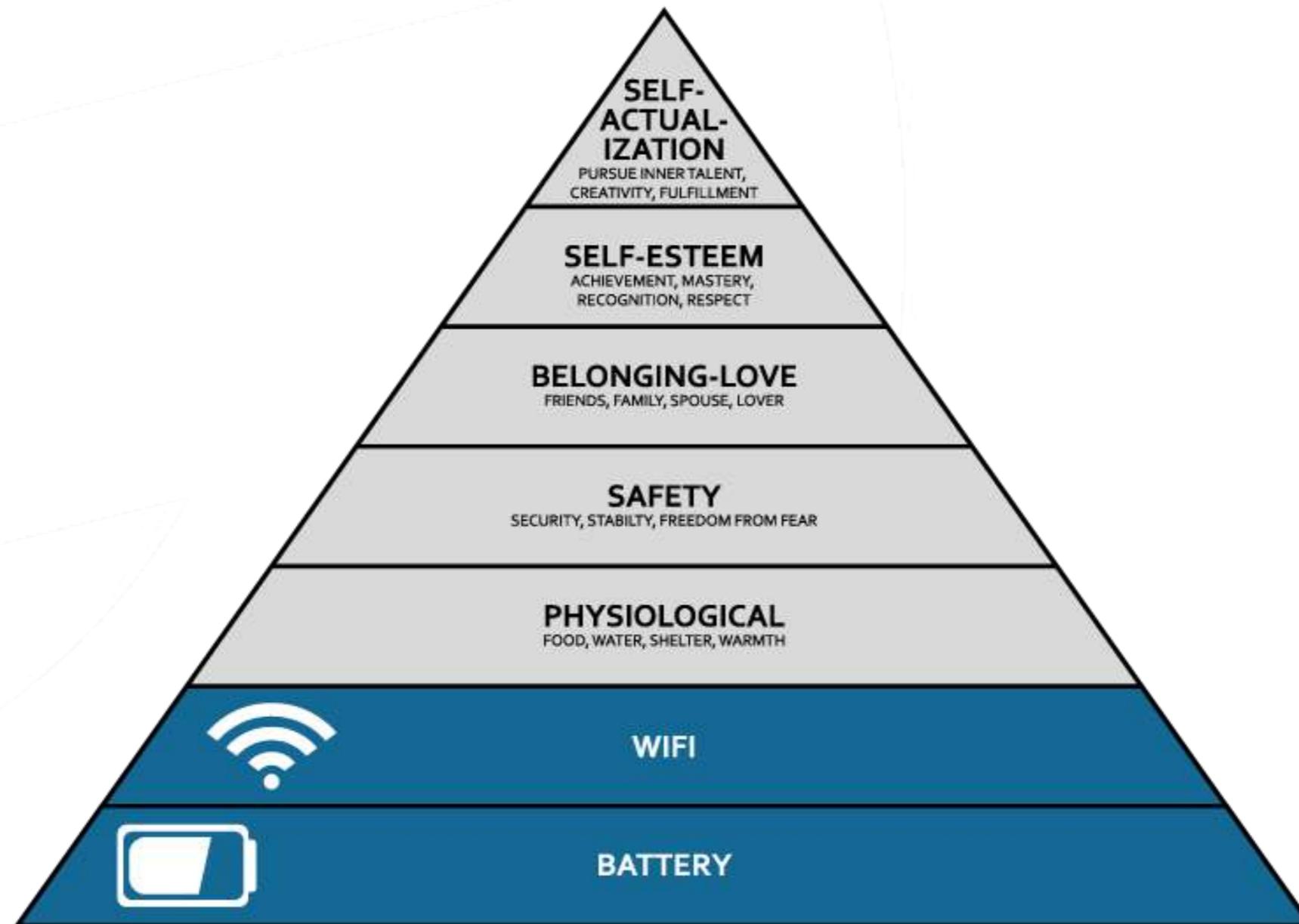
alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?

SingularityGeneration 2020 / MARS Gen 2030



GENERATION Z:  
CONNECTED FROM BIRTH.  
Born mid-1990s to 2010.





**THE DIGITISATION  
OF EVERYTHING**

**+**

**LIQUID EXPECTATIONS**

# Les étapes de la vente

- 1 Connaissance de l'écosystème par l'expérience
- 2 Compréhension du cas complet client par l'écoute
- 3 Établir des liens, *nous ne sommes pas des inconnus*
- 4 Élaboration de la meilleure solution
- 5 Présentation et défense de sa proposition
- 6 Réponses aux questions, interrogations, objections
- 7 Recueil des impressions
- 8 Conclusion et signature (parrainage et récurrence)
- 9 Suivi, rappel et signature (parrainage et récurrence)
- Célébration ou enseignements (parrainage et récurrence)



# Les étapes

- 1 Connaissance de l'écosystème par l'expérience
- 2 Compréhension du cas complet client par l'écoute
- 3 Établir des liens, *nous ne sommes pas des inconnus*
- 4 Élaboration de la meilleure solution
- 5 Présentation et défense de sa proposition

**4** Élaboration de la meilleure solution

**5** Présentation et défense de sa proposition

**6** Réponses aux questions, interrogations, objections

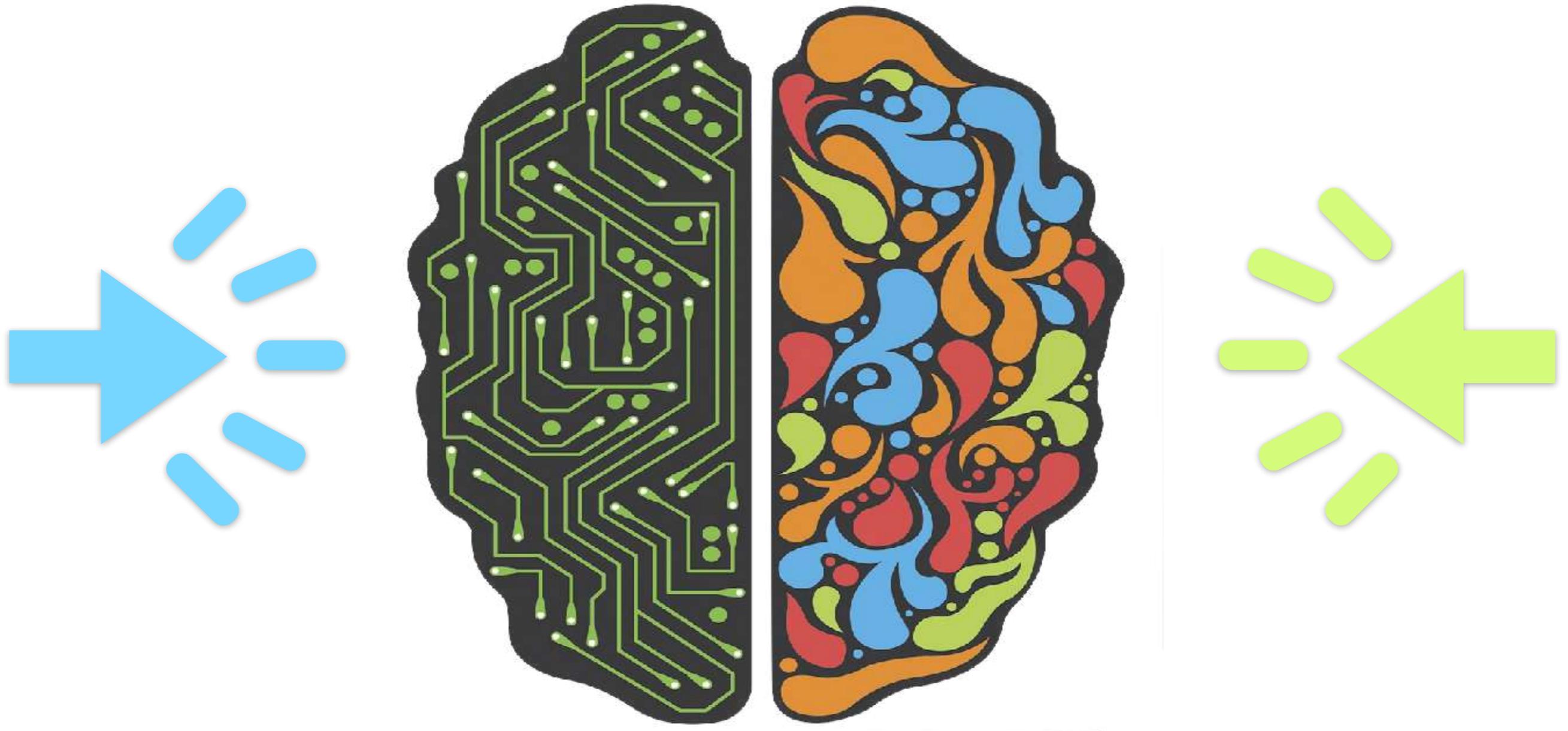
**7** Recueil des impressions

**8** Conclusion et signature (parrainage et récurrence)

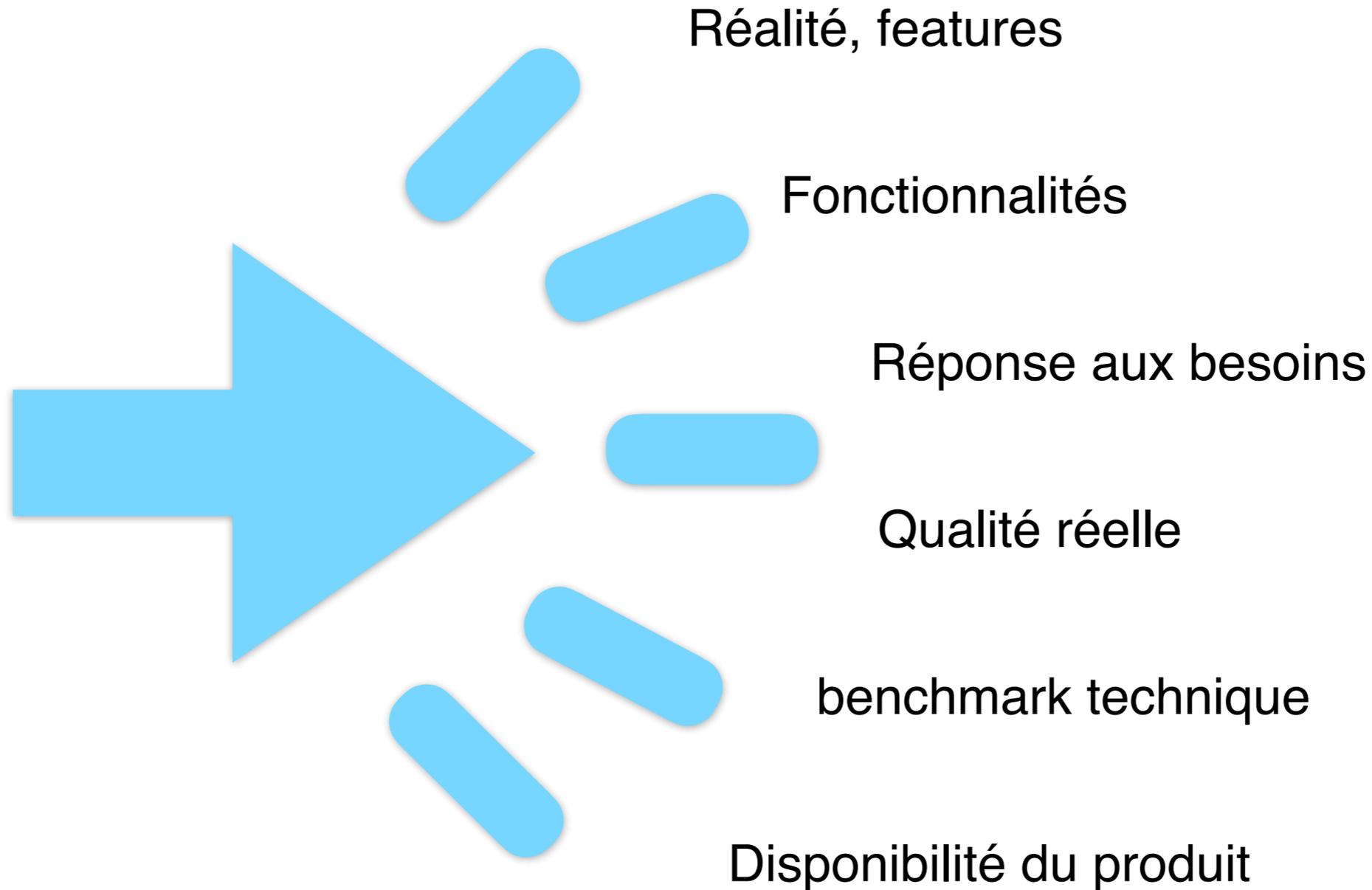
**9** Suivi, rappel et signature (parrainage et récurrence)

Célébration ou enseignements (parrainage et récurrence)

# Satisfaction objective / subjective

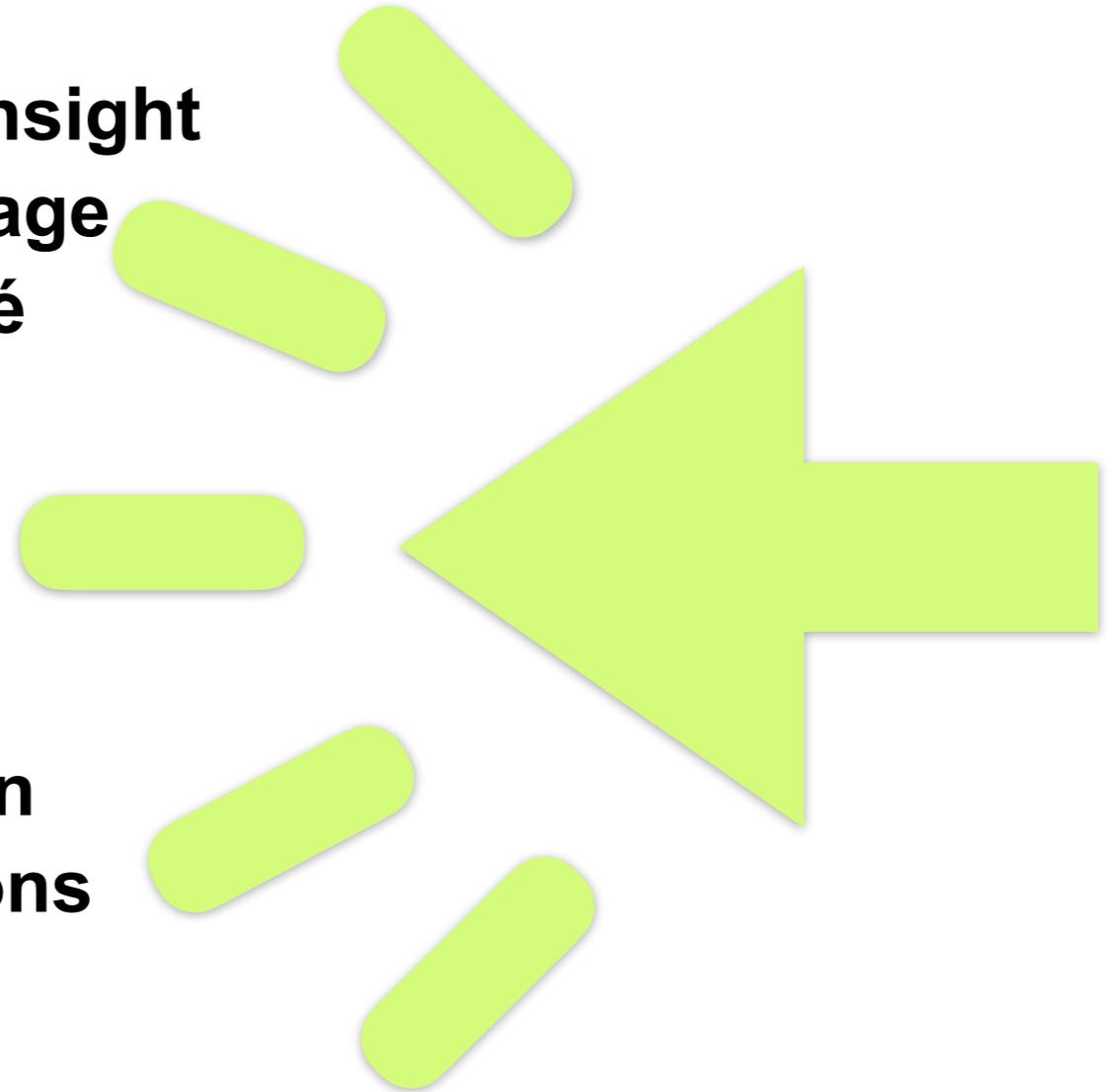


# Satisfaction objective (cerveau gauche)



# Satisfaction subjective (cerveau droit)

**Perception**  
**Insight**  
**Image**  
**Notoriété**  
**Qualité perçue**  
**Perception du prix**  
**Appartenance (sentiment d')**  
**Buzz/viralité**  
**Recommandation**  
**Réponse aux attentes et motivations**



Satisfaction objective (Selon Nietzsche apollinien)

**RATIONNEL**

**SENS**

**RÈGLES**

**ORDRE**



Satisfaction subjective (selon Nietzsche dionysiaque

**IRRATIONNEL**

**ANIMALITÉ**

**PULSION**

**INSTINCT**



# Le relationnel LCL / IF / PL

## ▶ Réussir l'entrée en matière (1ère rencontre)

→ *se présenter et bien définir les rôles de chacun :*

*LCL (pilote de la relation) et IF (spécialiste des professions libérales)*

→ *préciser nos spécificités :*

- *Interfimo 50 ans d'expérience dans le financement des pro lib ... :  
le métier d'Interfimo est de fabriquer des solutions de financement et d'assurance,*
- *les avantages des partenariats (ex Créfident, ...)*

## ▶ Réussir l'entretien

→ *s'intéresser au parcours du PL (expérience, atouts), son outil de travail (activité, clientèle, locaux... ),  
ses résultats etc*

→ *être à l'écoute*

→ *faire preuve d'empathie*

# Le relationnel LCL / IF / PL

**Préparer l'entretien !**

## ► Réussir l'entretien (suite)

- *poser les bonnes questions : à adapter selon le type d'entretien (projet d'investissement, entretien prospect, demande ponctuelle ... )*
- *les attentes du client vis-à-vis de la banque*
- *discuter des contreparties commerciales avec le client : les flux, le marché 21 ...*
- *le calendrier de l'opération*
  
- *faire preuve d'expertise : modalités de financement, assurances, pistes de réflexion*
  
- **faire partager notre expérience** : *prix de cession des cabinets, modes d'exercices, actualité juridique et fiscale*
  
- **être précis sur la liste des pièces et documents utiles**
  
- **être clair sur les étapes et leur déroulement** : *décision, accord assurance, mise en place ...*

Conseiller pro : *pilote de la relation*

# Le relationnel LCL / IF / PL

## ▶ Réussir la proposition

- *proposition « sur mesure »* adaptée à son projet et à la négociation réalisée : plan de financement, assurances, conseils, fonctionnement de compte, offre complète avec les contreparties etc
- *offre tarifaire : transparence*
- *les + négociés grâce aux partenariats*

## ▶ Réussir le suivi

- *respect des engagements*
- *disponibilité de l'interlocuteur* : recontacter le client (mail / tél) , donner réponse ou faire un point d'avancement (besoin CT, dépassement, voire réaménagement des crédits )

## ▶ Réussir l'accompagnement dans la durée

- *s'intéresser aux projets de nos clients à moyen et long terme*
- *être présent auprès d'eux même s'ils ne sont pas demandeurs de crédits, services ... (PRC)*
- *être présent en cas d'aléa* (besoin CT, dépassement, voire réaménagement des crédits )

**NO  
STORY**

**No  
Business**

# Business Developer



L ,

FENITON ON MINOIR

DES VINTIER ES



AAARRR

*TUNNEL FUNNEL ENTONNOIR PIPELINE*

**360°**

**Tunnel de conversion / vente**

**Conversion funnel**

**Sales Pipeline**

**Lead Generation**

**Lead Nurturing**

**A** Awareness  
**A** Acquisition  
**A** Activation  
**R** Retention  
**R** Revenue  
**R** Referral

**Notoriété**  
**Acquisition**  
**Activation**  
**Retour**  
**ACHAT**  
**Parrainage**

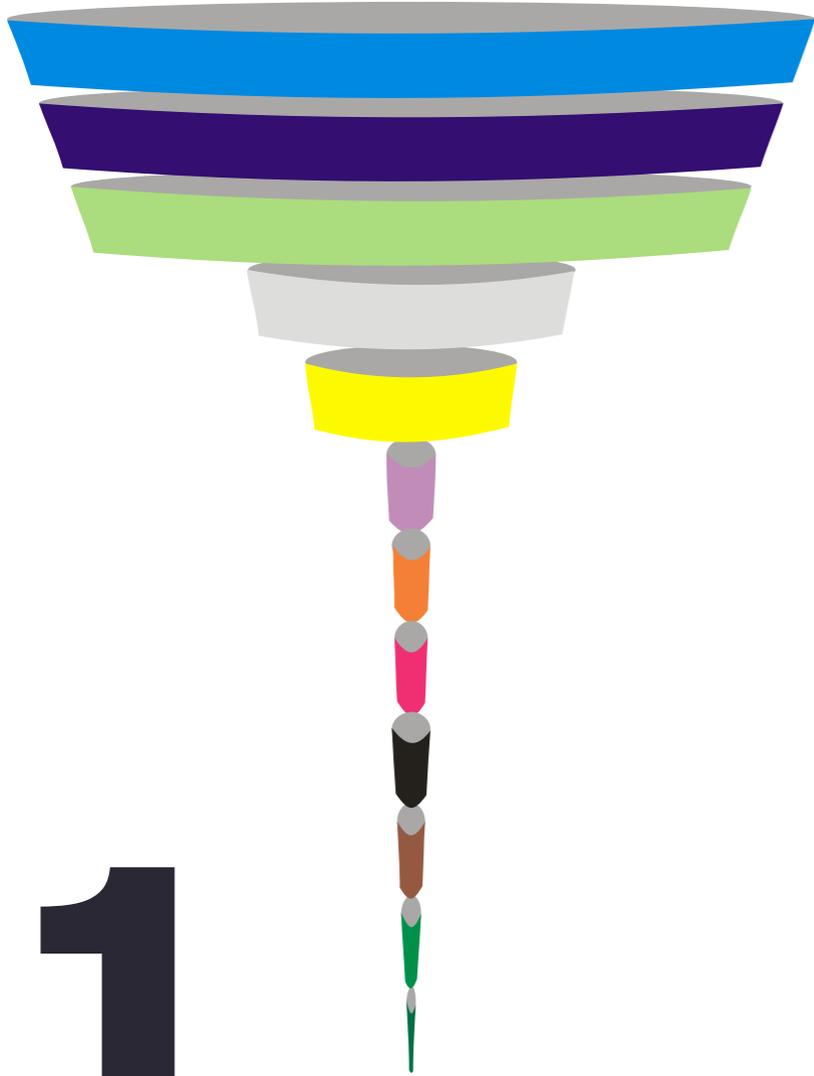


# Principe de l'entonnoir et de la passoire



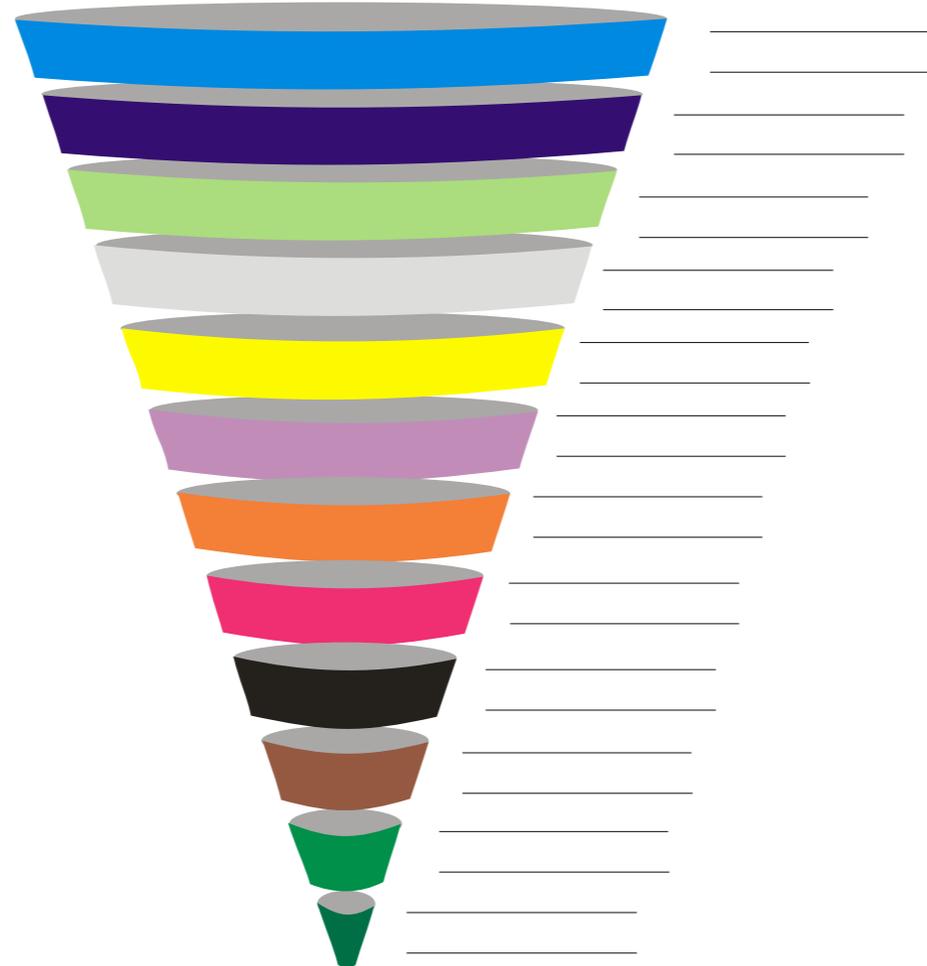


# Quel entonnoir ?



# Principe de l'entonnoir

Le reflet de votre activité actuelle



- |                       |                                       |
|-----------------------|---------------------------------------|
| 1 : Potentiel         | 7 : Solution existante                |
| 2 : Opportunité       | 8 : Proposition de solution (PROPAL)  |
| 3 : Approche          | 9 : Evaluation du client              |
| 4 : Communication     | 10 : Négociation                      |
| 5 : Premier contact   | 11 : Bon de commande                  |
| 6 : Analyse du besoin | 12 : Suivi de la commande et paiement |

# Entonnoir des ventes



**Acquisition**

**Activation**

**Retention**

**Referral**

**\$**

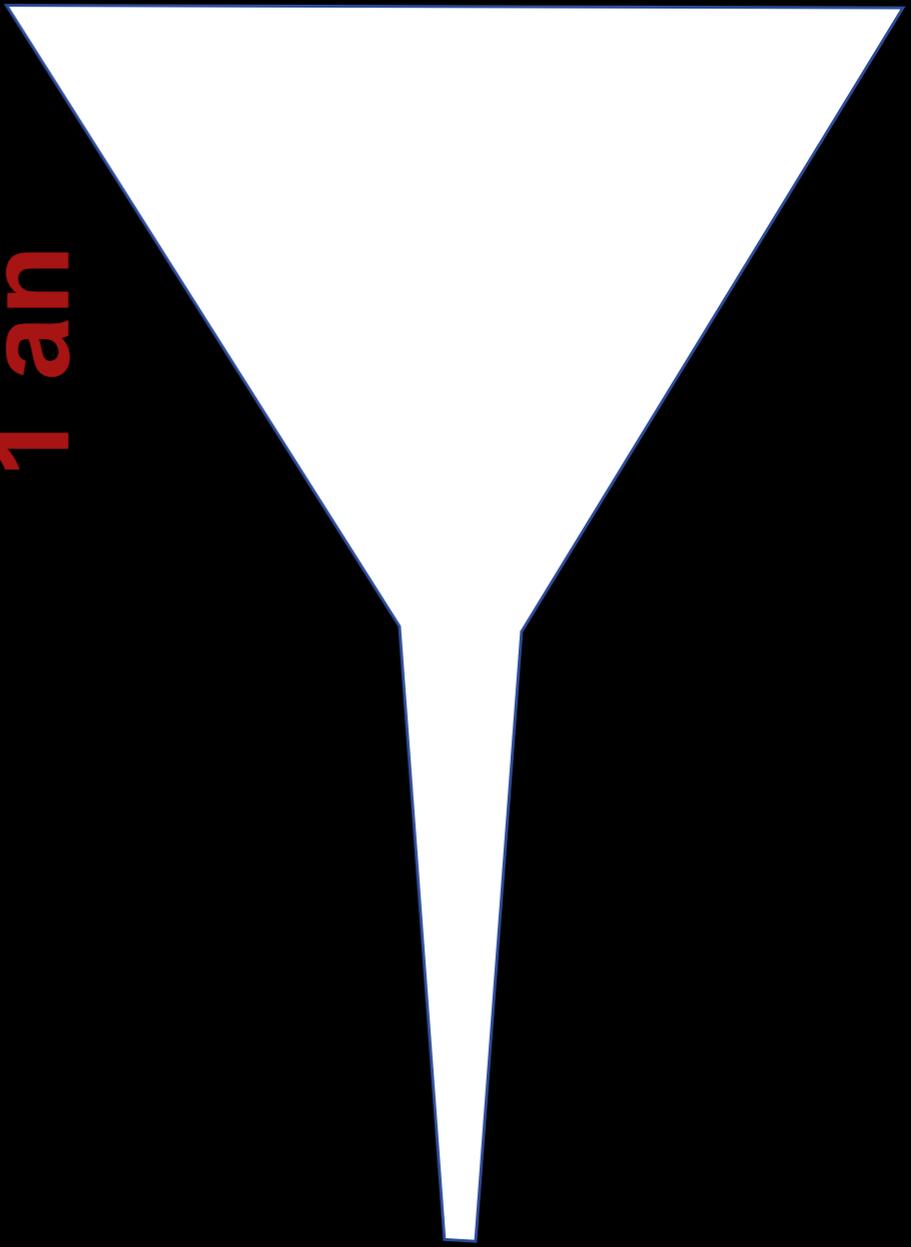
**AAARRR**

**A** Awareness  
**A** Acquisition  
**A** Activation  
**R** Retention  
**R** Revenue  
**R** Referral

3 jours

2 mois

1 an



AAARRR

G



Taux de conversion

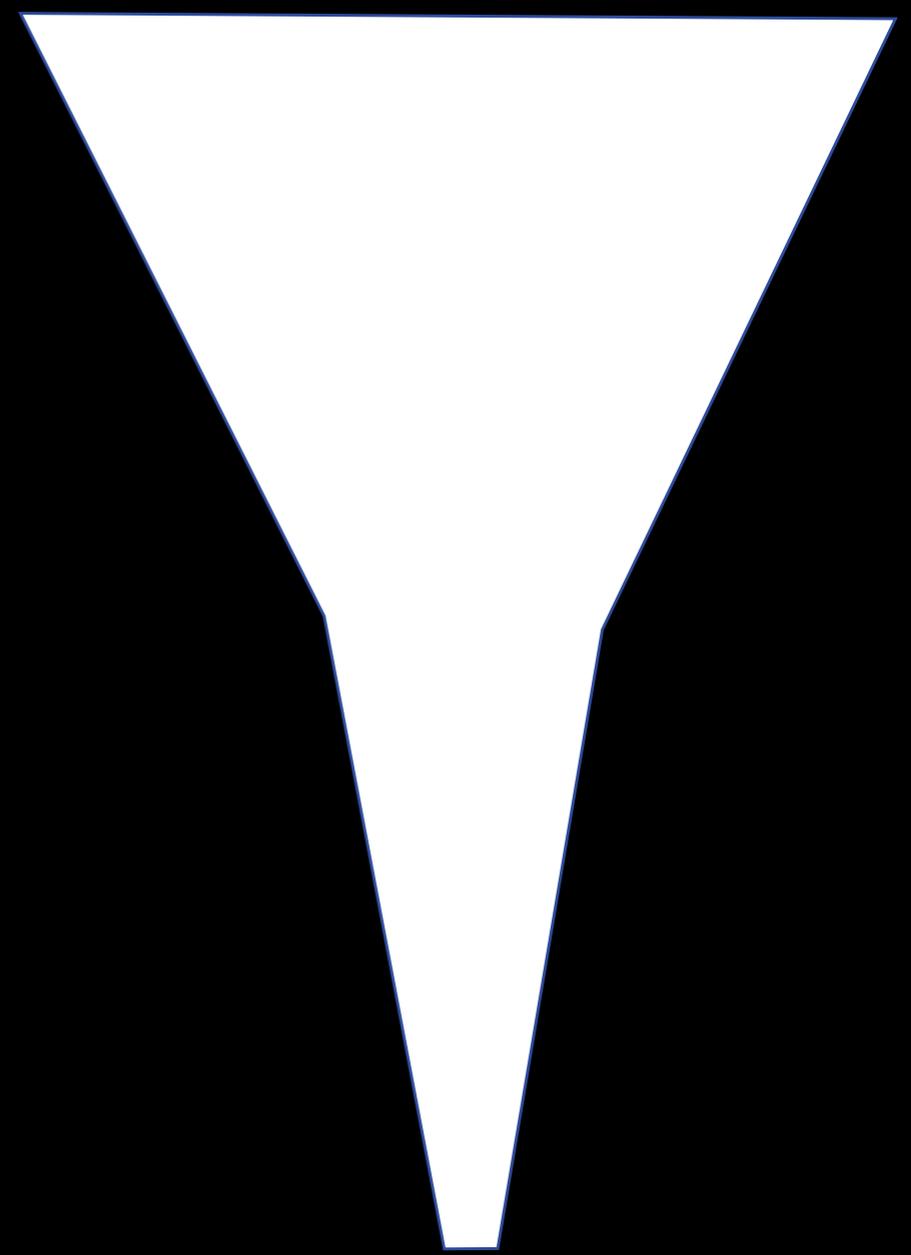
AAAARRRR

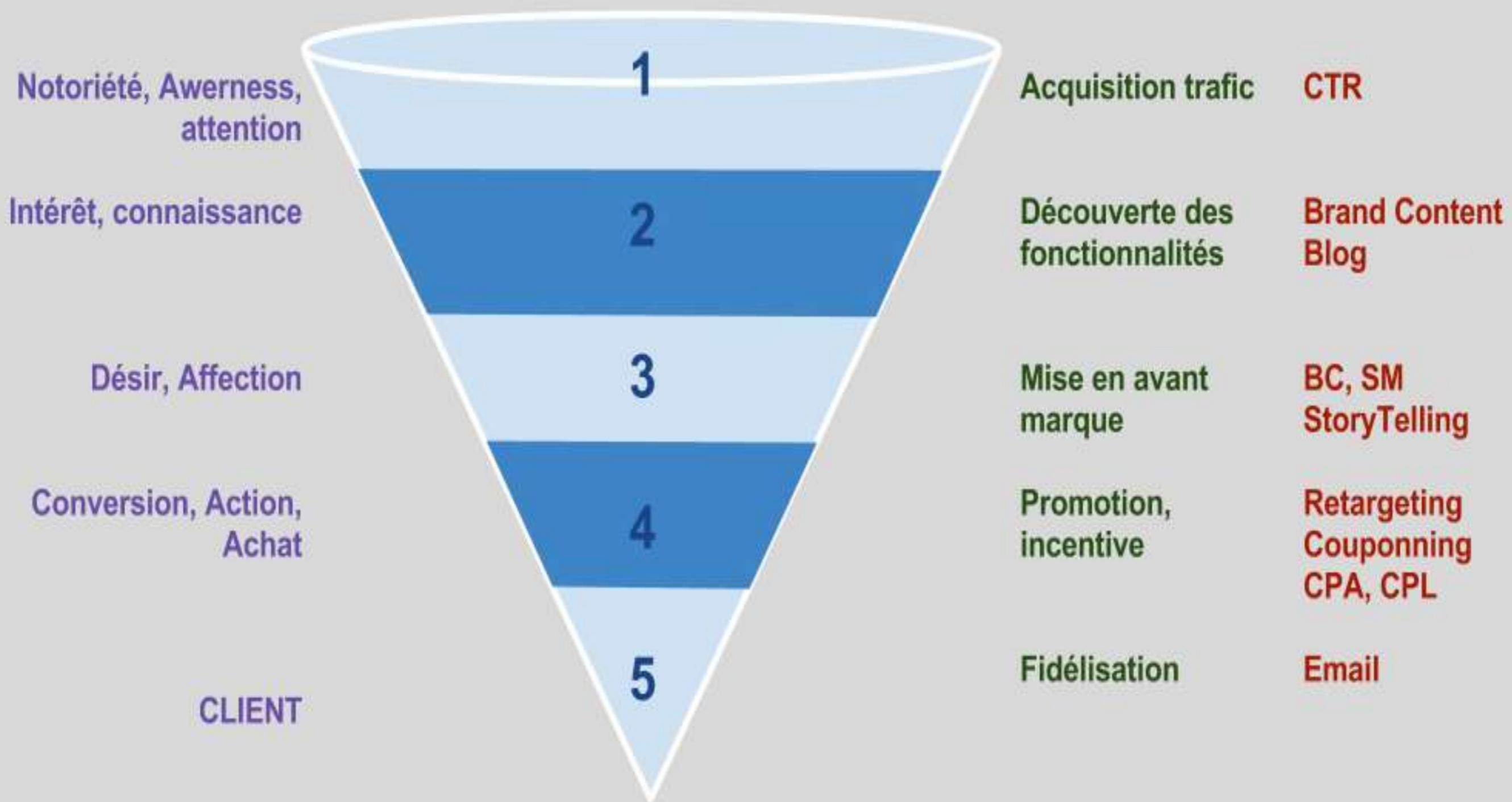


**TOFU**  
Top of the Funnel

**MOFU**  
Middle of the Funnel  
**MID FUNNEL**

**BOFU**  
Bottom of the Funnel





ONE SIZE  
DOES NOT  
FIT ALL

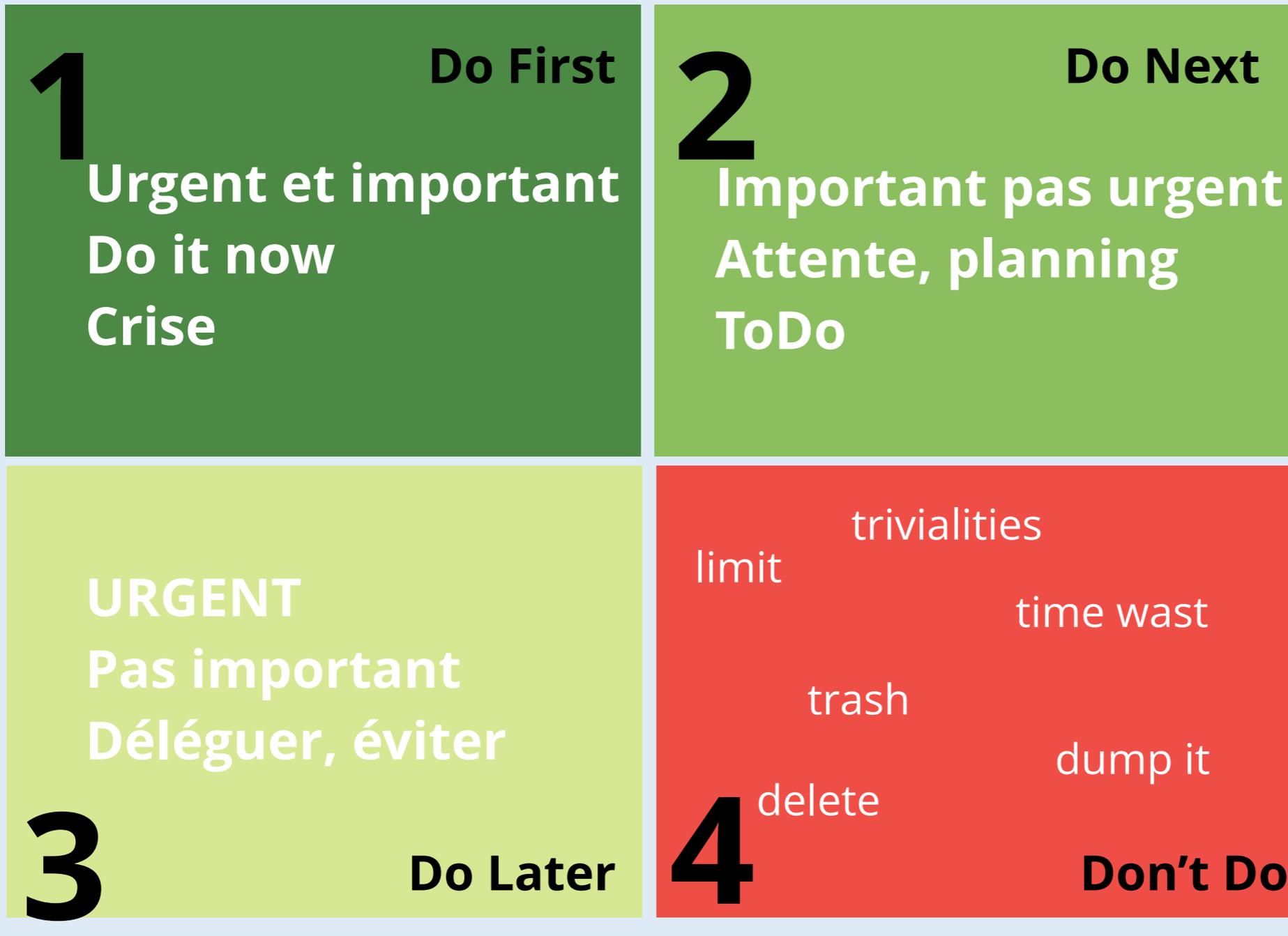
# VOOS REGLES



IMPORTANCE

+

-



+

URGENCE

-

Matrice de

Dwight

Eisenhower

(34th)

ONE SIZE  
DOES NOT  
FIT ALL



ONE SIZE  
DOES NOT  
FIT ALL

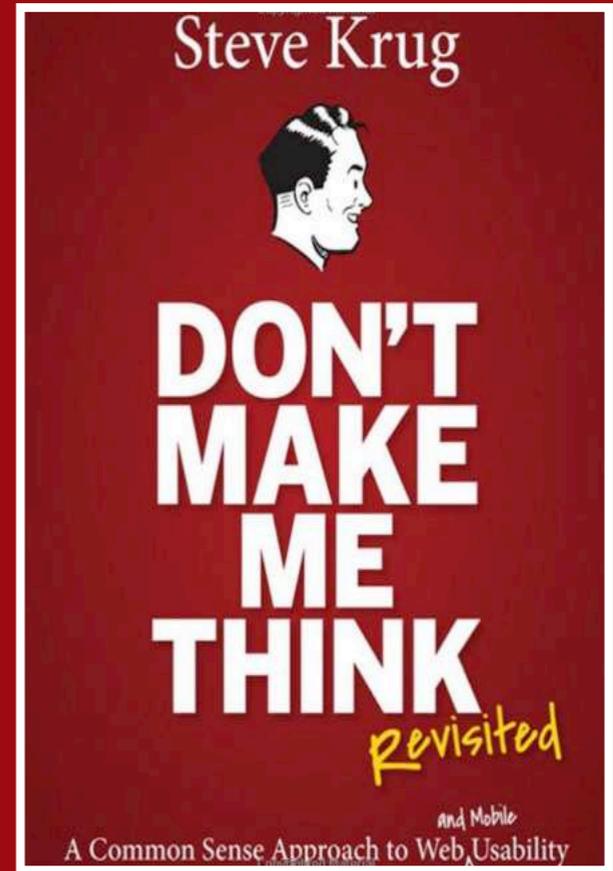
PAS DE  
PRÊT À  
VENDRE

CHAPTER

# 1

## Don't make me think!

KRUG'S FIRST LAW OF USABILITY



Steve Krug



**DON'T  
MAKE  
ME  
THINK**

*revisited*

## QUELQUES IDÉES

1



### 80% d'écoute

Nos deux oreilles et nos deux yeux représentent 80% d'attention par rapport à notre bouche (20%).  
Écouter, écouter, écouter...

2

L'art de la vente consiste à ne rien vendre, mais à laisser le client acheter.  
Commencer par :  
"Je n'ai rien à vous vendre"



### NE RIEN VENDRE

3



### On n'achète rien à un inconnu

Une des première étape pendant ou après l'écoute consiste à faire tomber les barrières relationnelles client/fournisseur classiques.

4

Personne ne refuse de l'aide et des conseils d'un professionnel. Garder vos convictions et à votre place je...



### AIDE ET CONSEIL

5



### MONTRER VOTRE INTÉRÊT

Rappeler, relancer, se tenir informer, prendre des nouvelles est la bonne manière de montrer votre intérêt aux projets du clients

SIMPLE ?



ASTUCES, OBJECTIONS ET RÉPONSES

# QUELQUES IDÉES

1



**80% d'écoute**

Nos deux oreilles et nos deux yeux représentent 80% d'attention par rapport à notre bouche (20%).  
Écouter, écouter, écouter...

ASTUCES, OBJECTIONS ET RÉPONSES

# QUELQUES IDÉES

2

L'art de la vente consiste à ne rien vendre, mais à laisser le client acheter.

Commencer par :  
"Je n'ai rien à vous vendre"



**NE RIEN VENDRE**

ASTUCES, OBJECTIONS ET RÉPONSES

# QUELQUES IDÉES

3



**On n'achète rien à un inconnu**



Une des première étape pendant ou après l'écoute consiste à faire tomber les barrières relationnelles client/fournisseur classiques.

ASTUCES, OBJECTIONS ET RÉPONSES

# QUELQUES IDÉES

4

Personne ne refuse de l'aide  
et des conseils d'un  
professionnel. Garder vos  
convictions et  
à votre place je...



**AIDE ET CONSEIL**

# QUELQUES IDÉES

5



**MONTRER VOTRE  
INTÉRÊT**

- Rappeler, relancer, se tenir
- informer, prendre des nouvelles
- est la bonne manière de
- montrer votre intérêt aux
- projets du clients

SIMPLE ?

ART DE LA VENTE par hubert kratiroff

# Art de la Vente



  
**INTERFIMO**  
FINANCIER DES PROFESSIONS LIBERALES



## L'art de la vente

*Vendre ou mourir*  
David Ogilvy

hubert kratiroff  
édition ad'valorem  
collection lézard

# marketing

créer de la valeur

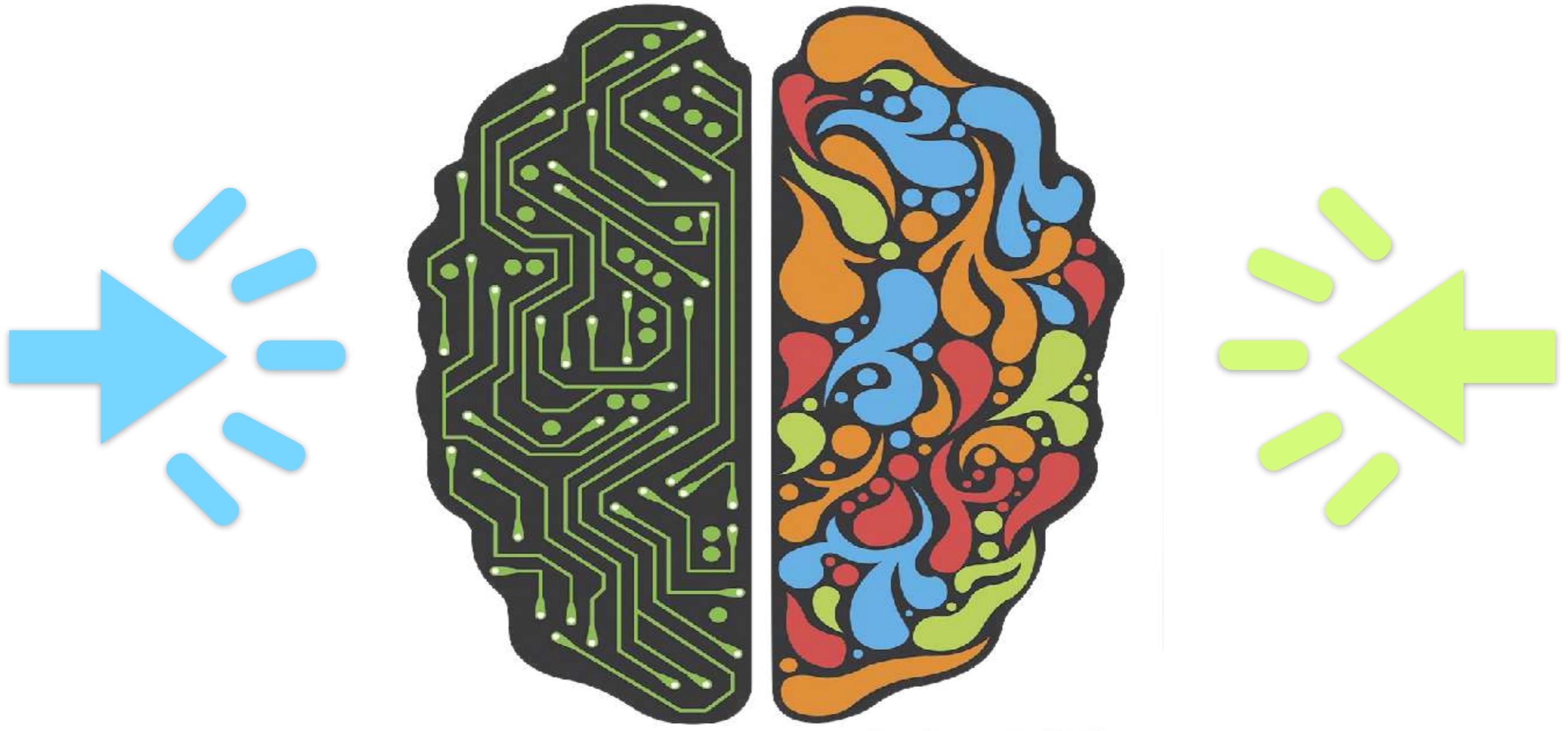
pour l'entreprise,

le client,

et l'écosystème

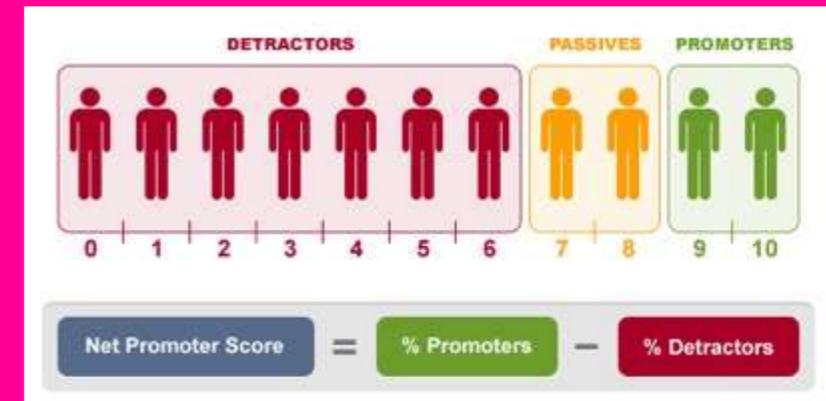


# Satisfaction objective / subjective



# NPS

# Net Promoter Score



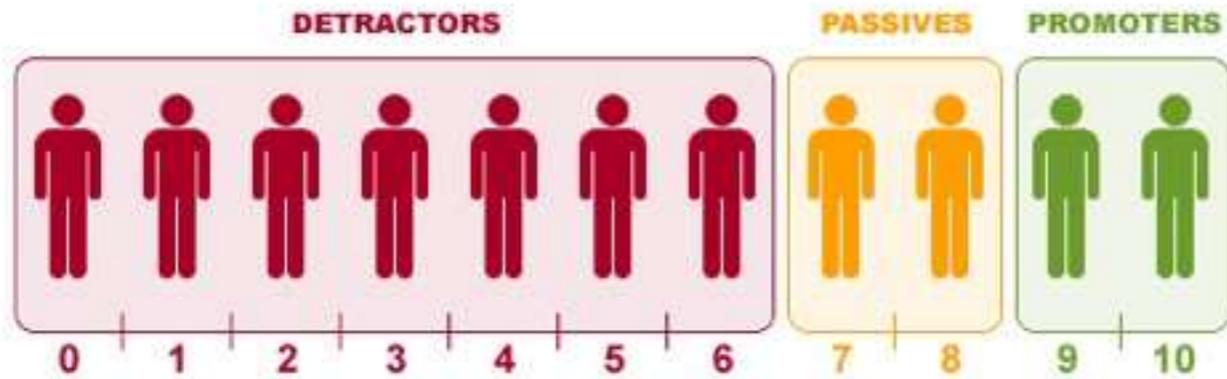


**Net Promoter Score (NPS) = % Promoters - % Detractors**

**NPS : NET PROMOTER SCORE**

# NPS Net Promoter Score

NPS (Net Promoter Score) développé par  
Fred Reichfeld (Bain & Co) en 2003  
Harvard Business Review



Net Promoter Score

=

% Promoters

-

% Detractors

Ce qu'il faut retenir / Key takeaway

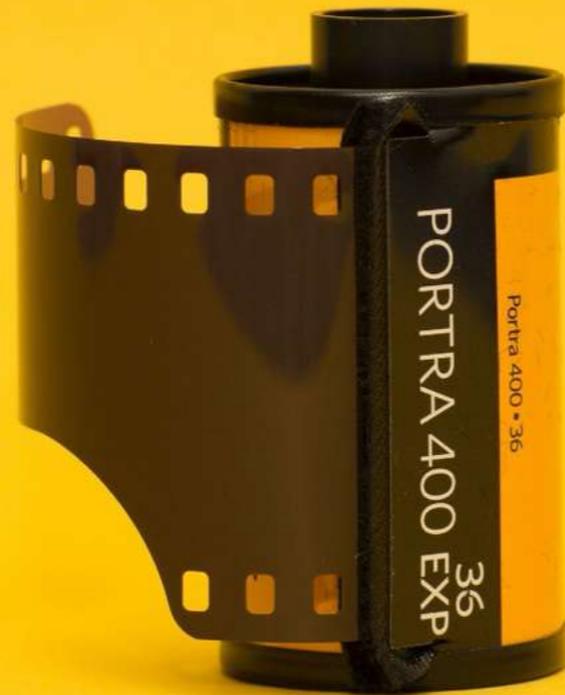
1/ Calcul :  $(9+10) - (0 \text{ à } 6)$  (sans 7 et 8)

2/ Question décalée : conseillerez-vous ?

3/ Fréquence : trimestrielle

4/ Toujours inférieur à la moyenne

# SRUVE



**[hubert@kratiroff.com](mailto:hubert@kratiroff.com)**

**[linkedin.com/in/kratiroff](https://www.linkedin.com/in/kratiroff)**

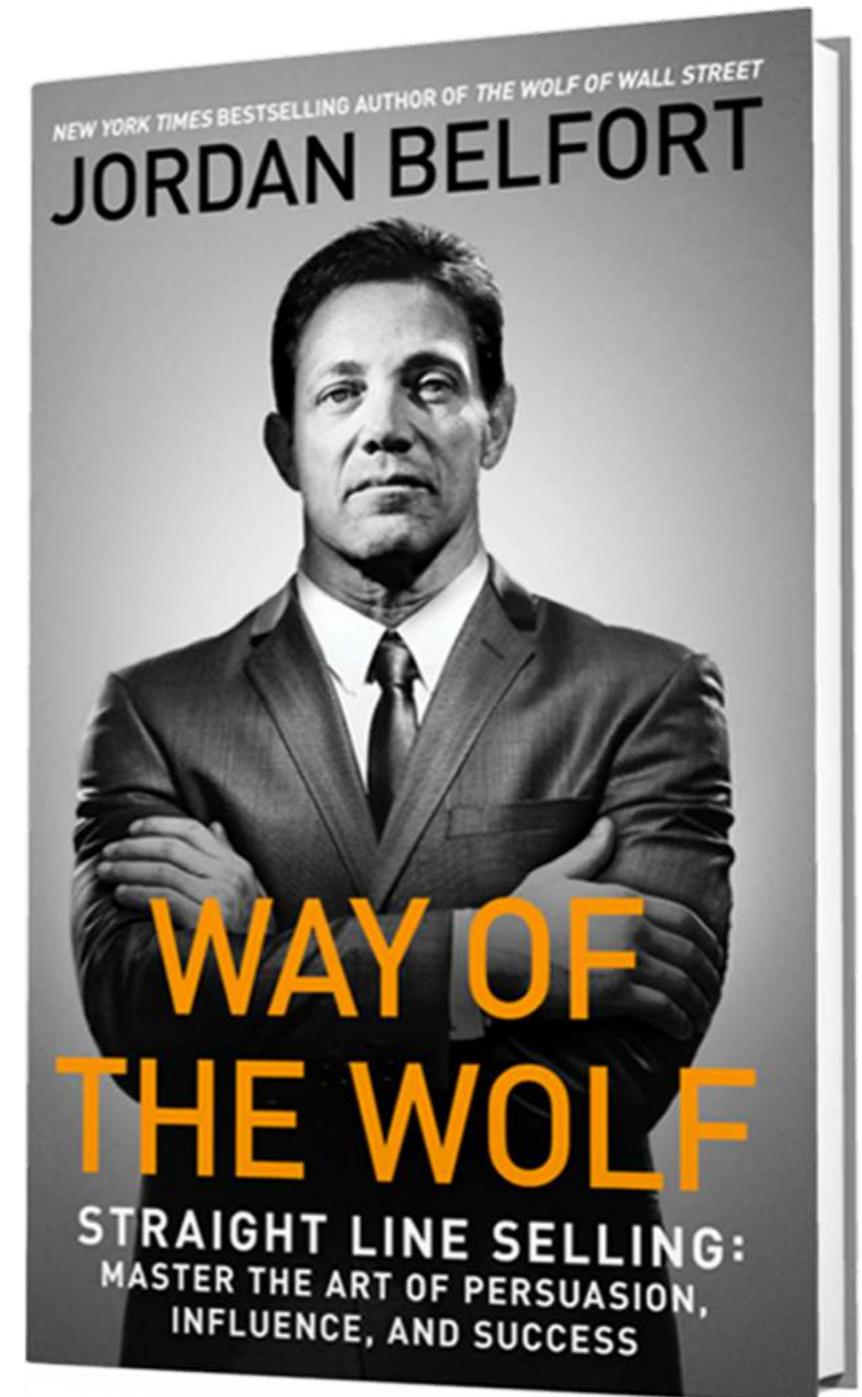


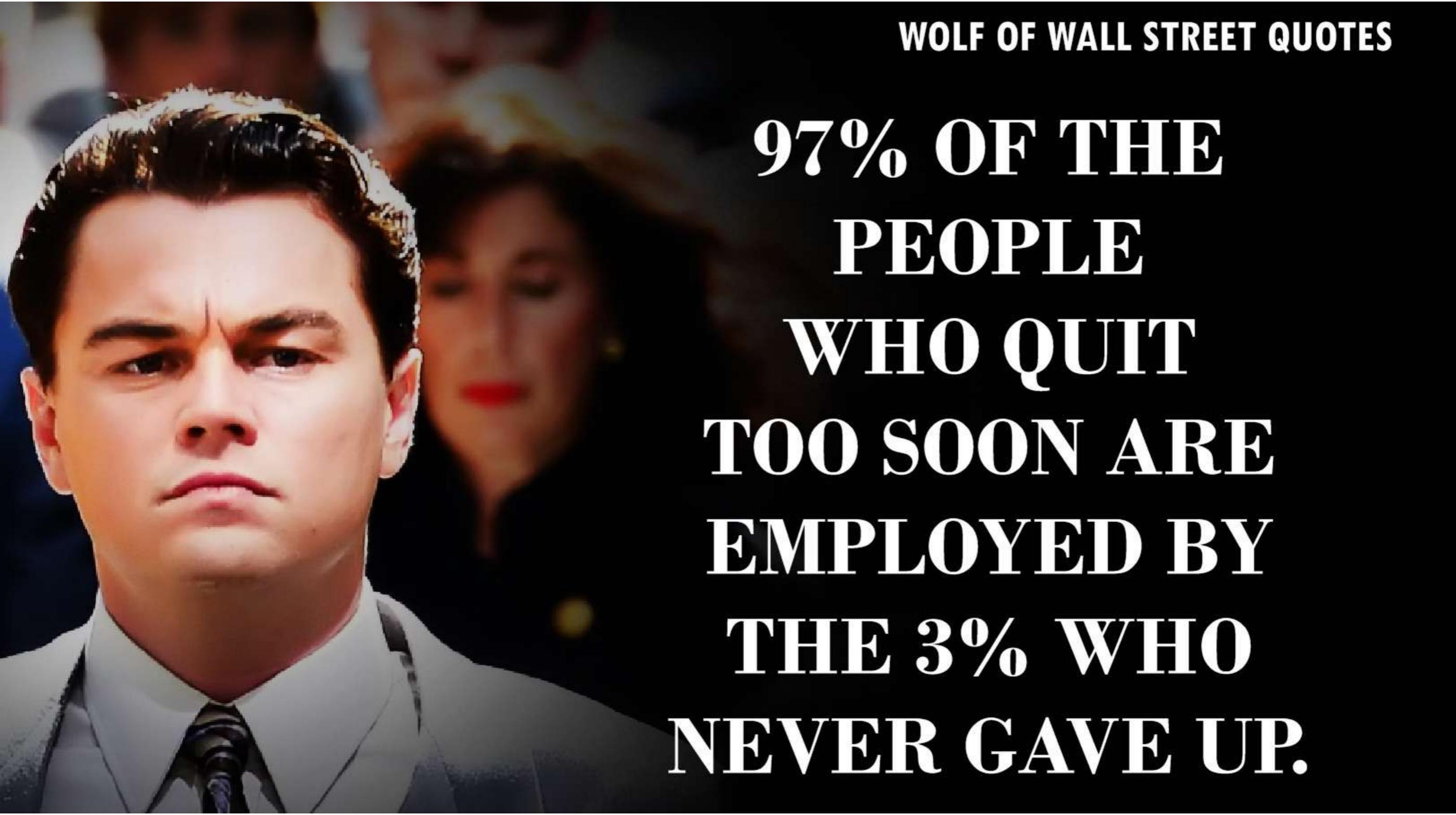
tout  
sur  
le  
marketing  
.com  
/artdelavente

hubert@kratiroff.com

linkedin.com/in/kratiroff

“  
*Sans action, les  
meilleures intentions  
ne sont que des  
intentions*”



A close-up shot of Leonardo DiCaprio from the movie Inception, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie. He has a serious, intense expression. The background is blurred, showing other people in a crowd.

**WOLF OF WALL STREET QUOTES**

**97% OF THE  
PEOPLE  
WHO QUIT  
TOO SOON ARE  
EMPLOYED BY  
THE 3% WHO  
NEVER GAVE UP.**

**WOLF OF WALL STREET QUOTES**

**HARD  
WORK BEATS  
TALENT  
EVERY TIME.**



WOLF OF WALL STREET QUOTES

YOU CAN  
WATCH ME,  
MOCK ME, TRY TO  
BLOCK ME BUT  
YOU CANNOT  
STOP ME.



# **FIN**

**hubert@kratiroff.com**

**[linkedin.com/in/kratiroff](https://www.linkedin.com/in/kratiroff)**