

«VENDRE» À UN GROUPE

Vous avez bien préparé, peaufiné votre projet et maintenant vous devez le «vendre», face à un groupe ou vous avez des alliés potentiels ou identifiés, des participants hostiles, d'autres indifférents, et certains plus ou moins intéressés. Comment faire ?

Et si je vous disais que je vais vous présenter une méthode qui marche à tous les coups, me croiriez vous ?

Alors que faire pour optimiser nos chances de réussir ?

Eh bien je vous invite à commencer par vous poser 4 questions :

- qui est le décideur,
- qui sont ceux qui ont de l'influence sur la prise de décision,
- qui sont ceux qui seront touchés par votre projet,
- de quoi chacun d'entr'eux a besoin pour être convaincu ?

Maintenant, préparez 9 éléments qui vont renforcer votre capacité à «vendre» :

1. Votre crédibilité personnelle, vos références, pourquoi vous êtes là.
2. Ce que vous avez compris de la situation, les attentes et peut-être aussi, les craintes.
3. La situation elle-même : pourquoi il est nécessaire, voire urgent, d'agir comparé aux risques du statu quo.
4. Les avantages pour eux.
5. Les arguments, concrets, vérifiés, les exemples, les références, les preuves, vos témoins.
6. Provoquer des émotions par des histoires, des anecdotes, de l'humour et comprendre les objections.
7. Le choix des mots, selon que vous ayez à faire à des experts ou non.
8. Le démarrage : démarrer fort
9. La conclusion : appel à l'action

Et maintenant, préparez la structure de votre présentation en fonction du niveau de réceptivité de votre audience et aussi, de l'adapter pour des assistances différentes.

Voici 4 exemples de structures :

1. Pour les alliés : une structure de motivation:

«VENDRE» À UN GROUPE

Capter tout de suite l'attention par une accroche surprenante, une anecdote, une plaisanterie, une statistique étonnante, ou une question qui dérange, et ensuite, identifier une situation d'urgence et décrire comment, votre proposition va y répondre.

Parlez à leurs yeux, qu'ils visualisent les résultats bénéfiques lorsqu'ils adopteront votre solution, dites-leur quelles actions mettre en oeuvre.

2. Pour les indifférents ou non informés : la résolution de problème :

Décrire un problème urgent ou grave et montrer comment le résoudre de manière convaincante, avec du concret, des avantages pour eux.

3. Pour les opposants ou les neutres : présentation des «pour» et des «contre» :

En commençant par le point de vue de vos opposants, vous montrez que vous les comprenez et validez leurs arguments et par là même, augmentez leur réceptivité. Et ensuite, vous présentez vos propres arguments.

Montrez que votre volonté est une solution gagnant/gagnant.

4. Pour des audiences plus hétérogènes : présentation cause/effet :

Présentez les causes sous-jacentes au problème, ses effets négatifs et décrire comment votre projet va supprimer ou atténuer ces causes.

Et aussi, évitez de tout promettre à tout le monde.

Voir aussi :

[«Préparation d'un exposé»](#)

[«Standing ovation : démarrer fort»](#)

[«Répondre aux objections»](#)

Et pourquoi pas ? :

[La formation : «Le leadership en action»](#)