



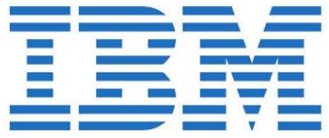
Captiver et convaincre lors de rencontres en distanciel

Sylvie Franqueville



10 novembre 2020

Cette présentation est la propriété de
sylvie.franqueville@marketpulsations.com



Market Pulsations
L'expérience marketing au service de la **formation**



Consultante marché

- Environnement technologique multinational
- Mode de travail distanciel
- Veille stratégique-concurrentielle
- Formation Marketing: présentiel & territoire local

Et vous ?

- Agro-alimentaire, bien-être, numérique, tourisme, santé, BTP...
- Développement commercial export
- Maîtriser le mode d'interaction digital
- Captiver et convaincre vos interlocuteurs

Captiver et convaincre lors de rencontres en distanciel

Objectifs

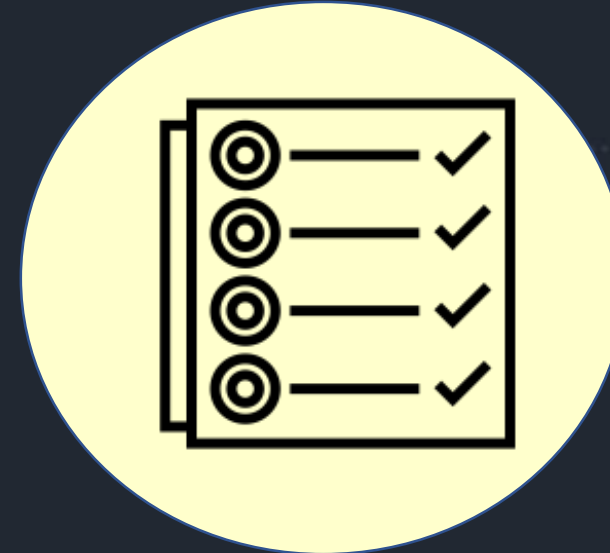


Captiver et convaincre

Prise de parole

Présentation

Programme

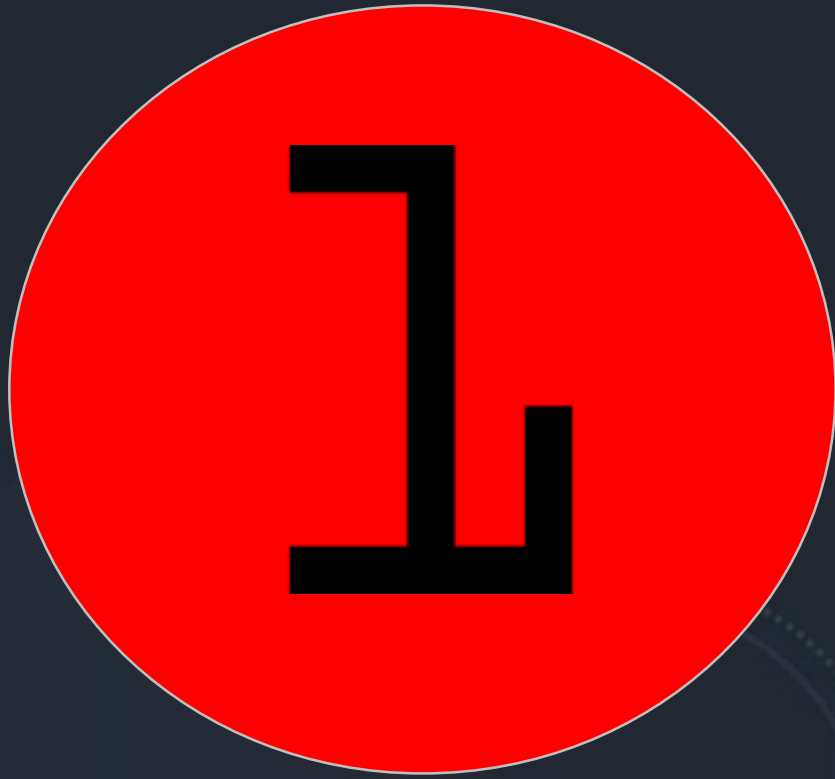


1heure avec Q&A

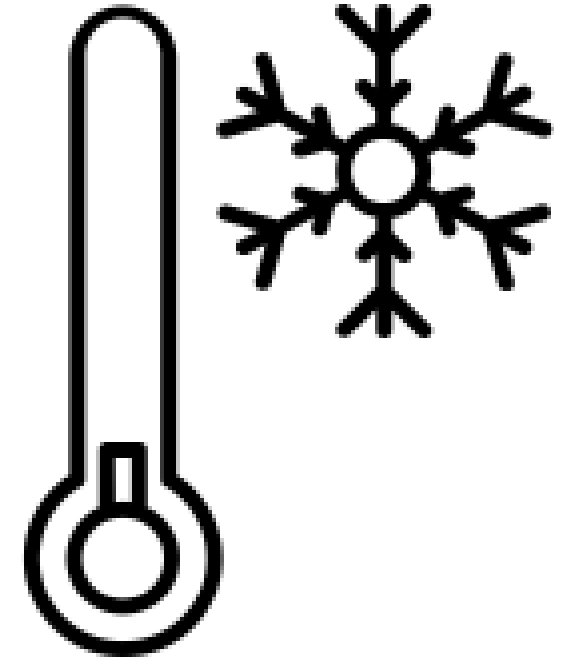
Un autre monde

Avec des similitudes

Et des impératifs plus forts



UN AUTRE MONDE



Mode de travail et de communication bouleversés

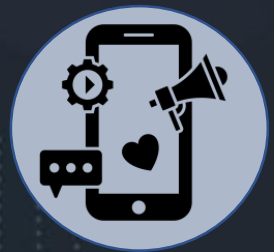
Retour d'expérience: le travail du commercial a drastiquement changé



Bouleversement... frustration...



Densité... surcharge... freins...



Feedback et ressenti client difficiles à capter
Signaux... informel... Digressions... biz dev...

... JE VOUS AI CONVOQUÉS À CETTE
VÌSIO-CONFÈRENCE POUR PARLER
DE L'HUMAIN DANS L'ENTREPRISE...



Source: <https://www.pinterest.fr/pin/286963807485339200/>

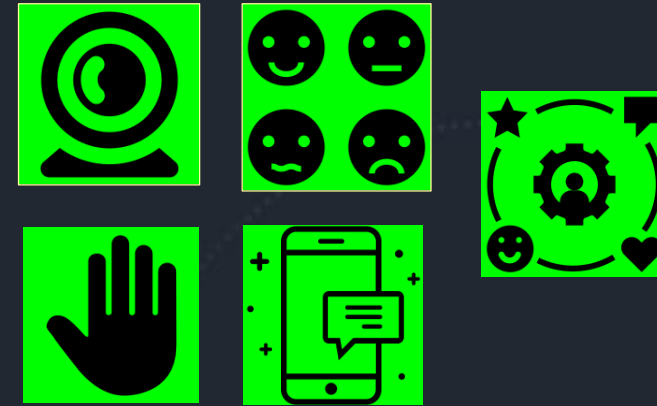
UCCIANI-

La visioconférence offre beaucoup de possibilités

Je ne peux pas...



...mais je peux remplacer par



Je peux toujours

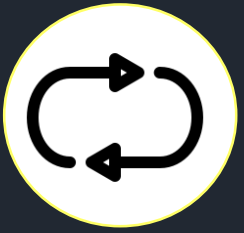


Je peux en plus





AVEC DES SIMILITUDES



Echanger - créer



Informer



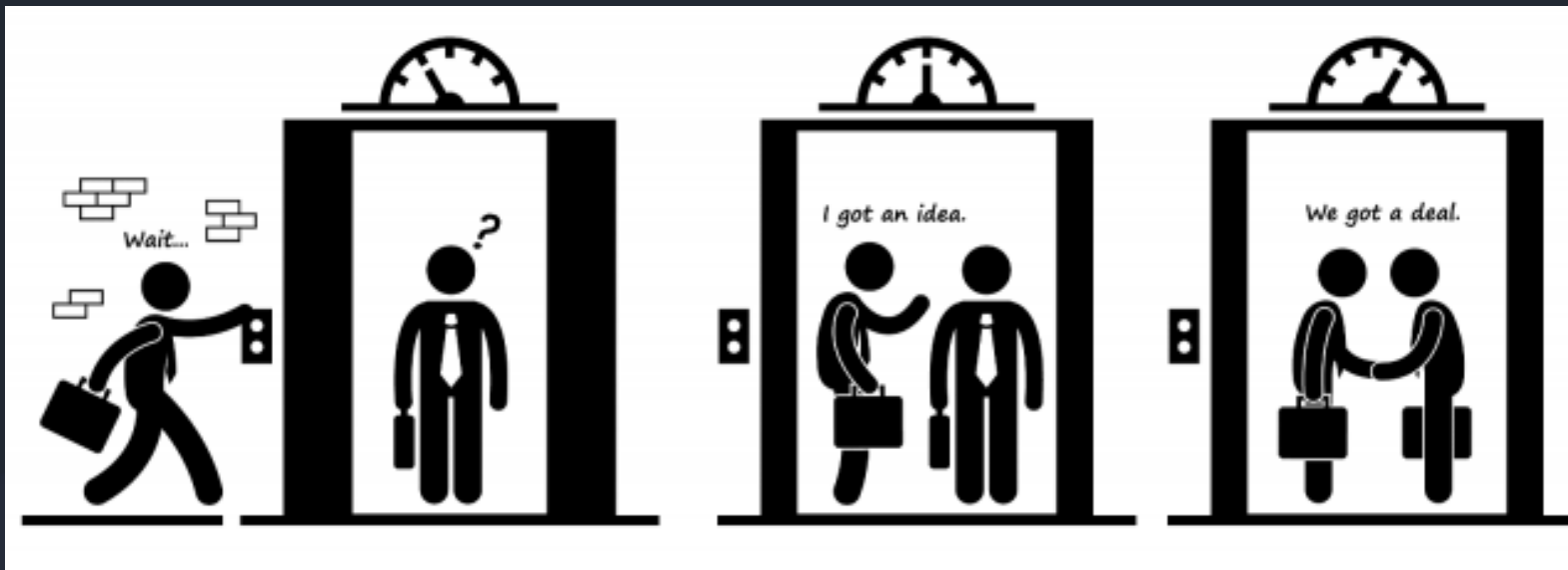
Faire adhérer



Vendre



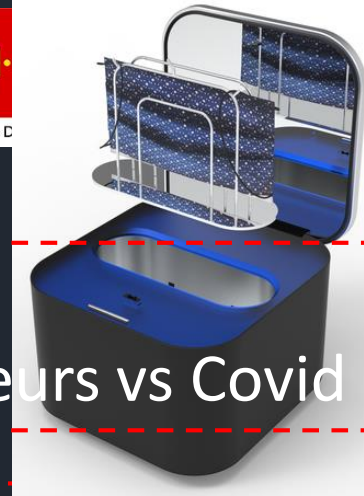
Définir son objectif de communication est
fondamental lors de rencontres en distanciel¹⁰



1. Vous, Mr le client/partenaire
2. Votre problème-besoin
3. Notre offre-solution
4. Proposition de valeur-bénéfices
5. Contrairement à d'autres solutions concurrentes
6. Qui ne pourraient pas (bénéfice précis obtenu)
7. C'est d'ailleurs ce que nous avons fait chez (cas client)

**L'elevator
pitch**
a pour but de
donner envie
à votre
interlocuteur
d'en savoir
plus

Illustration de l'elevator pitch: Uvo care (T.zic)

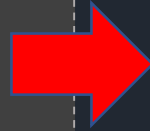


1. Vous
2. Votre problème-besoin



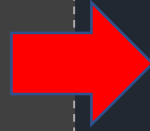
1. Comme bcp d'entreprises
2. Protéger & rassurer vos collaborateurs vs Covid

3. Notre offre-solution
4. Proposition de valeur-bénéfices



3. Boîtier désinfection masques & objets, innovation 100% France
4. Techno LED-UVC # 99% virus

5. Contrairement à d'autres solutions ccrrentes
6. Qui ne pourraient pas (bénéfice précis obtenu)



5. # masques jetables école & machine-laver 60°
6. Qui ne permettent pas en qqs sec d'éliminer les virus et en toute autonomie

7. C'est d'ailleurs ce que nous avons fait chez (cas client)

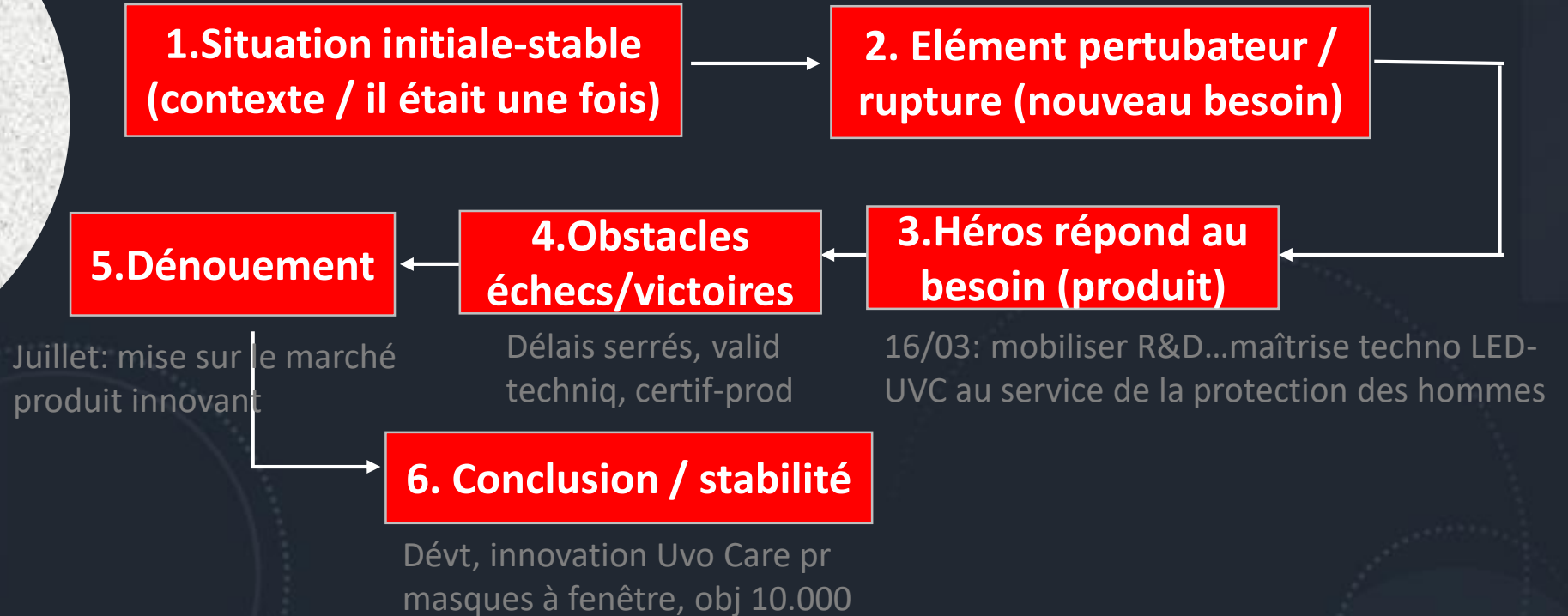


7. A permis à Inserm, médecins, EHPAD Croix rouge, EDF... protéger salariés-patients-clients



T.zic, MOP, leader français désinfect.
LED-UV, sécurisat.& désinf. Eau partt
tt le tps

Covid, désinfect. Surfaces... TPE-
PME, Santé, Petite enfance...
(obligation de protéger & rassurer)



Le storytelling a pour but de faire vivre une expérience unique à votre interlocuteur



Un support de présentation percutant allie simplicité, explicité et attractivité

- Nombre **limité** de slides & **gros** caractères
- **Visuels** graphiques
- **Peu** de **détails** techniques
- **Animations**
- Une idée par slide, résumée dans le **titre**
- Conclusion, **recommandations**





ET DES IMPERATIFS PLUS FORTS



<https://www.pinterest.com.au/pin/572801646328313447/>

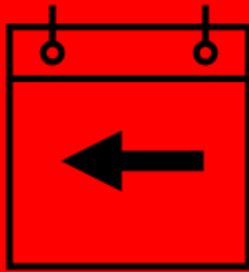
Fonction Rôle Nombre



Caractériser
précisément
l'audience est
un pré-requis
pour mobiliser
les participants
efficacement

Court, rythmé et interactif sont les maîtres-mots d'une rencontre en distanciel





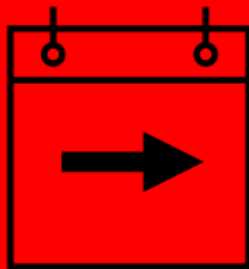
Faire monter l'envie

Attentes
Inscription
Présence



Faire adhérer

Résonance avec le vécu
Solutions
Interactions



Consolider la relation

Feedback - retour
Actions
Étapes suivantes



**Il faut engager les participants à une rencontre virtuelle
avant, pendant et après**

Le distanciel requiert une attention encore plus forte à la communication para-verbale et non-verbale

la communication verbale

les signaux para-verbaux et non-verbaux

[dit COMMENT: ton, débit, silences]

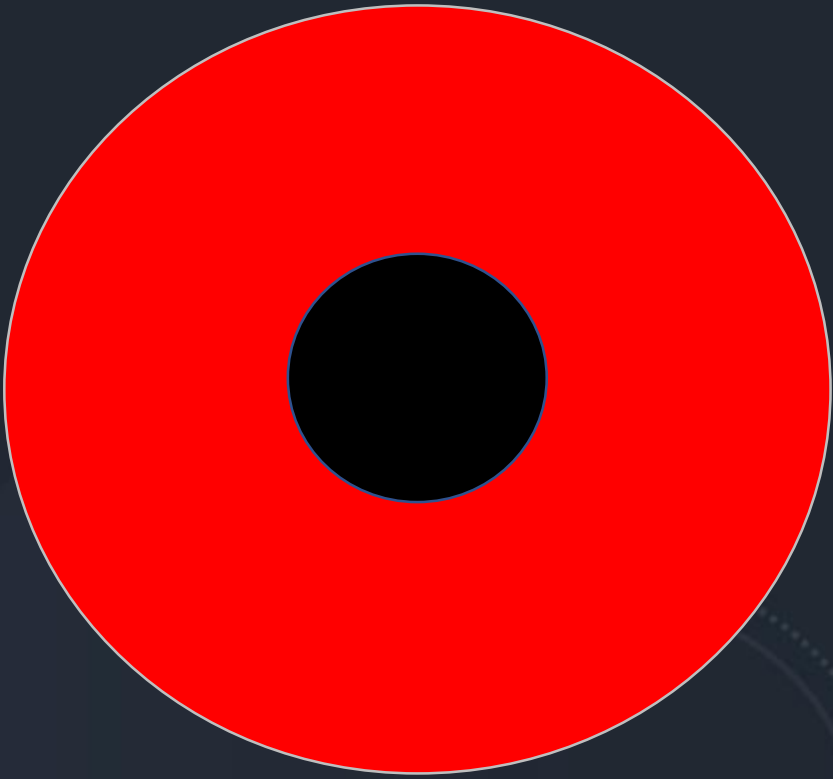
[dit AVEC QUOI: sourire, regard, mains, environnement]

Compléter avec l'écoute active



Une rencontre en distanciel nécessite de prendre en compte les différences interculturelles

- Gestion du **temps**
- Gestion de **l'espace**
- Importance accordée à la **tâche**, au **concept** ou à la **relation**
- Contexte de **communication** (implicite, explicite, non-verbal...)
- Expression des **émotions**
- Distance **hiérarchique**



CONCLUSION

Les 3 éléments à retenir
Votre feedback

Les 3 éléments-clés à retenir



Rationnel

1. Préparer
2. Structurer
3. Maîtriser



Emotionnel

1. Engager
2. Donner envie
3. Faire vivre une expérience unique



Relationnel

1. Mettre l'empathie au centre
2. Recueillir le feedback
3. S'adapter aux spécificités interculturelles



Captiver et convaincre lors de rencontres en distanciel

Sylvie Franqueville

sylvie.franqueville@marketpulsations.com



10 novembre 2020

The End

Cette présentation est la propriété de
sylvie.franqueville@marketpulsations.com

PROCHAINES DATES

Atelier Acquisition clients via les réseaux sociaux – B2C –
13 Novembre 14h-15h30

VOS CONTACTS CHEZ AD'OCC

Département Export Multisectoriel

exportmulti@agence-adocc.com

