

# 31

**SIGNAUX D'INTENTION**

# D'ACHAT

**pour savoir quand prospecter**



# C'EST QUOI UN SIGNAL D'INTENTION ?

C'est un **comportement** ou un **changement de situation** chez ton prospect qui montre qu'il est en train de s'intéresser à une solution comme la tienne, ou qu'il pourrait bientôt avoir besoin de l'acheter.



01

SIGNAUX LINKEDIN &  
RÉSEAUX SOCIAUX



# LINKEDIN

## LES SIGNAUX LINKEDIN

### 01 LIKE OU COMMENTAIRE SUR UN POST LINKEDIN

---

Quand quelqu'un **like** ou **commente** un post lié à ton domaine, c'est qu'il est concerné. Tu peux l'ajouter et engager la conversation. S'il interagit avec ton propre contenu, c'est encore plus chaud : réponds rapidement.

### 02 PUBLICATION OU REPUBLICATION LIÉE À TON SECTEUR

---

Un prospect qui prend le temps de publier ou de repartager un contenu sur ton sujet est actif. **Il réfléchit, cherche des idées ou se positionne.** C'est un excellent moment pour lui écrire et voir ce qu'il cherche à creuser.

# LINKEDIN

## LES SIGNAUX LINKEDIN

### 03 PRÉSENCE DANS DES GROUPEES LINKEDIN (OU FACEBOOK)

---

Quand un prospect est **membre d'un groupe spécialisé** (ex. : marketing B2B, freelance RH, etc.), c'est qu'il suit les discussions du domaine. Tu peux lui écrire en t'appuyant sur le sujet du groupe.

### 04 EST ABONNÉ OU VIENT DE S'ABONNER À TA PAGE LINKEDIN

---

Ils te connaissent déjà, te lisent peut-être régulièrement. Tu peux facilement les contacter en leur rappelant qu'ils suivent ta page, et en leur posant une question simple sur **leurs besoins actuels**.

# LINKEDIN

## LES SIGNAUX LINKEDIN

### 05 ABONNÉS DE LA PAGE LINKEDIN D'UN CONCURRENT

---

Ces personnes s'intéressent déjà à **une solution proche de la tienne**. Sers-toi de ça pour leur proposer un angle différent, une meilleure approche, ou une alternative concrète. En faisant ça de la manière la plus éthique possible.

### 06 TOUTES LES VISITES DE TON PROFIL LINKEDIN

---

Quelqu'un vient de passer sur ton profil ? Ne perds pas de temps. **Envoie un message le plus rapidement possible**. Exemple tout simple : "Salut, je vois que tu as visité mon profil. Curieux de savoir ce qui t'a attiré 👁️".

# LINKEDIN

## LES SIGNAUX LINKEDIN

### 07 TES DEMANDES DE CONNEXION LINKEDIN

---

Une demande entrante = un signal d'intérêt. Écris tout de suite après acceptation. Tu peux demander ce qui a motivé la connexion. Ma méthode préférée ? Lui proposer 4 choix. 3 "commerciaux" et 1 humoristique.

### 08 PARTICIPATION À UN ÉVÉNEMENT (WEBINAR, LIVE, ÉVÉNEMENT...)

---

Quelqu'un qui s'inscrit à un événement sur ton sujet est dans une démarche active. Il veut apprendre, comparer, peut-être acheter. Contacte-le juste après, avec une accroche liée à l'événement. Sois subtil, car tu ne seras pas le seul à le contacter :)

# LINKEDIN

## LES SIGNAUX LINKEDIN

### 09 TON RÉSEAU DE PREMIER NIVEAU SUR LINKEDIN

---

Ton réseau de premier niveau est rempli d'opportunités dormantes. Tu as FORCÉMENT du business à y faire, et **tu dois même commencer par là**. Avec Sales Navigator, filtre les profils dans ta cible et propose d'échanger de façon très naturelle.

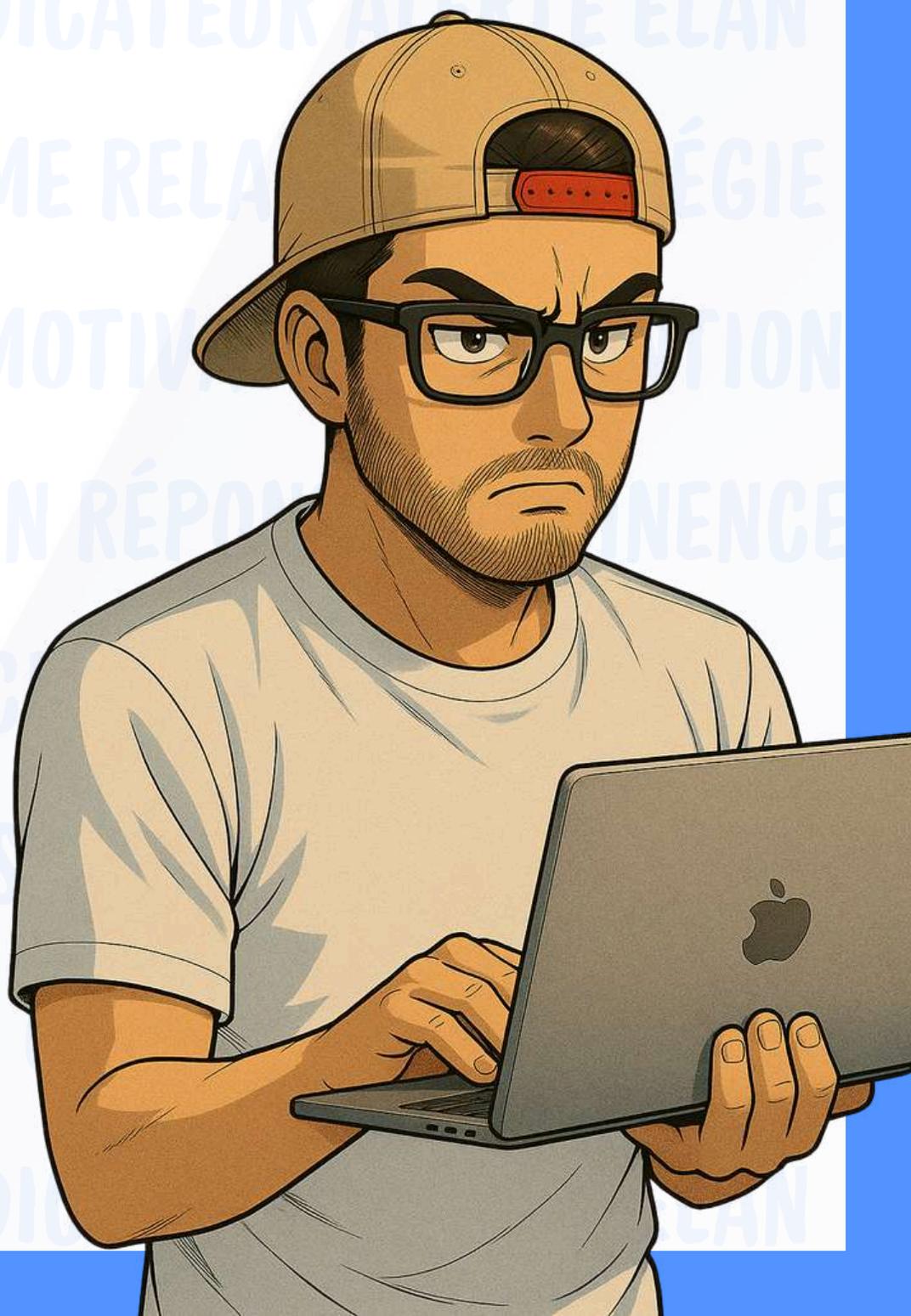
### 10 TON RÉSEAU DE SECOND NIVEAU SUR LINKEDIN

---

Tu identifies un prospect qui a une relation commune avec toi ? Tu peux demander une intro, ou **t'appuyer sur cette relation dans ton message**. Par exemple : "Je vois qu'on a X en commun, je bosse avec lui/elle sur Y, je me suis dit que ça pouvait t'intéresser aussi."

02

SIGNAUX WEB  
& DIGITAUX



# DIGITAL

## SIGNAUX WEB ET DIGITAUX

# DIGITAL

# 11

## TRAQUER LES VISITEURS DE TON SITE WEB

---

De nombreux outils aujourd'hui permettent de savoir quelles entreprises visitent ton site. Si une boîte de ta cible y est passée, contacte-la rapidement. **Mentionne la page ou la thématique pour contextualiser.**

# 12

## UTILISATION OU NON D'UN OUTIL/TECHNOLOGIE SPÉCIFIQUE

---

Repère les outils qu'utilisent tes prospects grâce à des tools comme **Pharow** ou **PhantomBuster** pour ne citer qu'eux. Par exemple, s'ils utilisent un CRM ou CMS compatible avec ton offre, c'est un excellent point d'entrée.

### 13 CHANGEMENT DE TRAFIC OU DE RANKING SEO

---

Une forte variation du trafic ou une chute dans le classement SEO peut signaler un changement, une galère ou une nouvelle stratégie. Par exemple quelqu'un qui monte vite en SEO vient sans doute d'investir dedans. C'est donc un enjeu pour lui.

### 14 DES PUBLICITÉS SUR META ADS, LINKEDIN ADS, GOOGLE ADS, ETC

---

Une entreprise qui investit dans la pub cherche des résultats rapides. Analyse ses campagnes avec Semrush ou Similarweb, et propose une approche plus rentable ou complémentaire. Tu peux aussi t'en servir d'accroche : "Je suis tombé sur votre pub" en **mettant un screenshot de la pub dans le mail**. Réponse garantie.

# DIGITAL

## SIGNAUX WEB ET DIGITAUX

# DIGITAL

## 15 NOUVEAU CAS CLIENT PUBLIÉ SUR LEUR SITE WEB

---

Celui-ci, si tu l'utilises bien c'est une pépite absolue. Va chercher les nouveaux cas clients sur leur site, analyse-les et **envoie leur un mail pour leur expliquer comment tu aurais pu les aider à faire mieux** et plus facilement sur ce projet.

## 16 MISE EN LIGNE D'UN NOUVEAU SITE INTERNET

---

Tu remarques que leur site vient d'être mis à jour ? Que la charte graphique ou l'arborescence a changé ? **C'est qu'ils investissent dans leur présence digitale.** C'est le moment idéal pour leur proposer des solutions d'optimisation (conversion, SEO, performance technique...).

# DIGITAL

## SIGNAUX WEB ET DIGITAUX

# DIGITAL

## 17 NOUVEAUX CONTENUS PUBLIÉS (BLOG, LIVRE BLANC, ETC)

---

Quand une entreprise publie un article ou un livre blanc, c'est qu'elle travaille son image, génère de la demande ou cherche à convertir. Tu peux t'en servir pour rebondir avec un message contextuel : **"Je viens de lire votre article sur [sujet], je me demandais si vous aviez aussi prévu de [action liée à ton offre]..."**

## 18 ERREURS TECHNIQUES VISIBLES SUR LE SITE WEB

---

Des pages cassées, un site lent ou des mentions légales obsolètes sont des signes que **l'entreprise ne gère pas bien sa vitrine web**. Si ton offre est technique (web, SEO, UX, infra), tu peux intervenir avec un message précis et très différenciant.

03

SIGNAUX  
D'ENTREPRISE



# ENTREPRENDRE

## LES SIGNAUX D'ENTREPRISE

### 19 L'ENTREPRISE VIENT DE LEVER DES FONDS

---

Quand une boîte lève des fonds, **elle doit montrer des résultats rapidement**. C'est souvent le moment où elle structure ses équipes, recrute, achète des outils et cherche à scaler. Si tu arrives maintenant avec une proposition claire, tu passes devant tous ceux qui attendent.

### 20 RECRUTEMENT ACTIF D'UN PROFIL QUI RENTRE DANS TA CIBLE

---

Si une entreprise cherche à recruter un profil comme le tien (ex. : SDR, Traffic Manager, Chef de projet), c'est qu'elle a un besoin. Et si tu proposes la même chose en prestation ou en externalisation, **tu es une alternative crédible**, plus rapide et souvent moins risquée pour elle.

# ENTREPRISE

## LES SIGNAUX D'ENTREPRISE

### 21 CROISSANCE RAPIDE DE L'ENTREPRISE

---

Un pic de recrutement, une équipe qui double, ou une nouvelle business unit lancée : ça sent l'expansion. **Mais ça vient souvent avec des galères d'organisation**, d'outillage, ou de structuration. C'est là que tu intervies avec une solution qui leur fait gagner du temps ou de la clarté.

### 22 PARTICIPATION PHYSIQUE À UN SALON OU A UN ÉVÉNEMENT

---

Si une entreprise envoie ses équipes à un salon ou un événement pro, **c'est qu'elle s'intéresse à ce secteur**. Tu peux profiter de sa présence pour lancer une discussion en amont ("Je serais sur le salon X, je peux venir vous voir sur votre stand ?") ou juste après ("Suite à notre échange sur votre stand lors du X"). C'est un super levier pour engager sans être intrusif.

# ENTREPRENEURISME

## LES SIGNAUX D'ENTREPRISE

### **23** CHIFFRE D'AFFAIRES STAGNANT OU EN BAISSE

---

Une entreprise qui plafonne ou recule est souvent en train de chercher des solutions pour rebondir. Elle sera beaucoup plus ouverte à des approches différentes, à tester de nouvelles choses, ou à **faire un audit de ce qui bloque**.

### **24** CRÉATION D'UNE NOUVELLE ENTREPRISE DANS TA CIBLE

---

Une jeune entreprise n'a encore rien verrouillé : ni ses outils, ni ses prestataires, ni ses process. C'est une opportunité en or pour proposer ton aide, avant que tes concurrents ne viennent toquer à la porte. **Si tu es le premier à l'accompagner, tu deviens vite incontournable.**

# ENTREPRENDRE

## LES SIGNAUX D'ENTREPRISE

### 25 OUVERTURE DE NOUVEAUX BUREAUX OU DE NOUVEAUX LOCAUX

---

Une boîte qui ouvre des bureaux, c'est une boîte qui grandit. Elle a sûrement besoin de matériel, de prestataires locaux, de ressources humaines ou d'accompagnement terrain. **C'est un bon signal pour proposer tes services** si tu peux l'aider à s'installer ou se structurer.

### 26 RECRUTEMENT MASSIF AU SEIN DE L'ENTREPRISE

---

Quand une entreprise embauche à la chaîne, c'est souvent synonyme de tension interne. Elle doit intégrer, former, outiller. Et elle n'a pas toujours le temps de bien faire les choses. **Si tu peux lui faire gagner du temps ou l'aider à scaler sans friction**, elle va t'écouter.



# PERSONA

## SIGNAUX CLIENT IDÉAL

### 27 MENTION DE MOTS-CLÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

---

Utilise des outils comme **Buska** ou **Brand24** pour être alerté dès qu'un prospect parle de ton sujet. Par exemple : "On cherche un outil pour mieux gérer les rendez-vous clients". Tu réponds vite, tu gagnes le deal.

### 28 TON ANCIEN CLIENT CHANGE D'ENTREPRISE

---

Si tu as bossé avec quelqu'un qui change de boîte, garde le lien. Il te connaît, il sait comment tu bosses, et **il peut te faire rentrer dans sa nouvelle structure** plus vite que n'importe quel commercial. Envoie-lui un message simple : "Félicitations pour le nouveau poste ! Est-ce que tu gères les mêmes sujets là-bas ?"

# PERSONA

## SIGNAUX CLIENT IDÉAL

### 29 SIGNAL DE FRUSTRATION OU INSATISFACTION EXPRIMÉ PUBLIQUEMENT

---

Quand un prospect laisse un avis négatif sur Google, Trustpilot ou un site d'avis pro, ou bien quand il exprime une frustration dans un post ou un commentaire ("On galère avec notre outil RH actuel", "Notre solution n'est plus adaptée"), **c'est un signal d'achat ultra chaud**. C'est là que tu peux proposer une alternative ou une solution mieux adaptée.

### 30 PASSAGE DE TON CLIENT IDÉAL DANS UN PODCAST

---

Quand une personne est invitée dans un podcast ou prend la parole en public, **c'est qu'elle veut partager une vision, montrer son expertise ou affirmer une posture**. C'est une excellente occasion pour la féliciter, rebondir sur un point qu'elle a soulevé, et engager un échange qualitatif — pas une vente directe, mais une conversation naturelle.

# BONUS ET EN BONUS BONUS

## 31

### RECOMMANDATION PAR UN CLIENT SATISFAIT

---

Si un client est content, propose-lui un message tout prêt à transférer à 2-3 contacts de son réseau qui pourraient avoir le même besoin. Tu seras surpris du résultat. C'est l'un des leviers les plus puissants.

Mais si tu ne demandes pas, tu n'as jamais d'introduction :)

T'AS KIFFÉ ?  
T'AS KIFFÉ ?  
T'AS KIFFÉ ?  
T'AS KIFFÉ ?  
**T'AS KIFFÉ ?**  
T'AS KIFFÉ ?  
T'AS KIFFÉ ?  
T'AS KIFFÉ ?  
T'AS KIFFÉ ?

ALORS LIS LA  
DERNIÈRE SLIDE





**Like ce post**



**Commente-le**



**Partage-le**