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 <u>besoin de l'acheter.</u>

01

SIGNAUX LINKEDIN & RÉSEAUX SOCIAUX

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.

LES SIGNAUX LINKEDIN

03 PRÉSENCE DANS DES GROUPES **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**.

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 👀".

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 :)

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

SIGNAUX WEB ET DIGITAUX

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.

SIGNAUX WEB ET DIGITAUX

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.

SIGNAUX WEB ET DIGITAUX

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...).

SIGNAUX WEB ET DIGITAUX

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

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.

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 interviens 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.

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.**

LES SIGNAUX D'ENTREPRISE

25 OUVERTURE DE **NOUVEAUX BUREAUX** OU DE **NOUVEAUX LOCAUX**

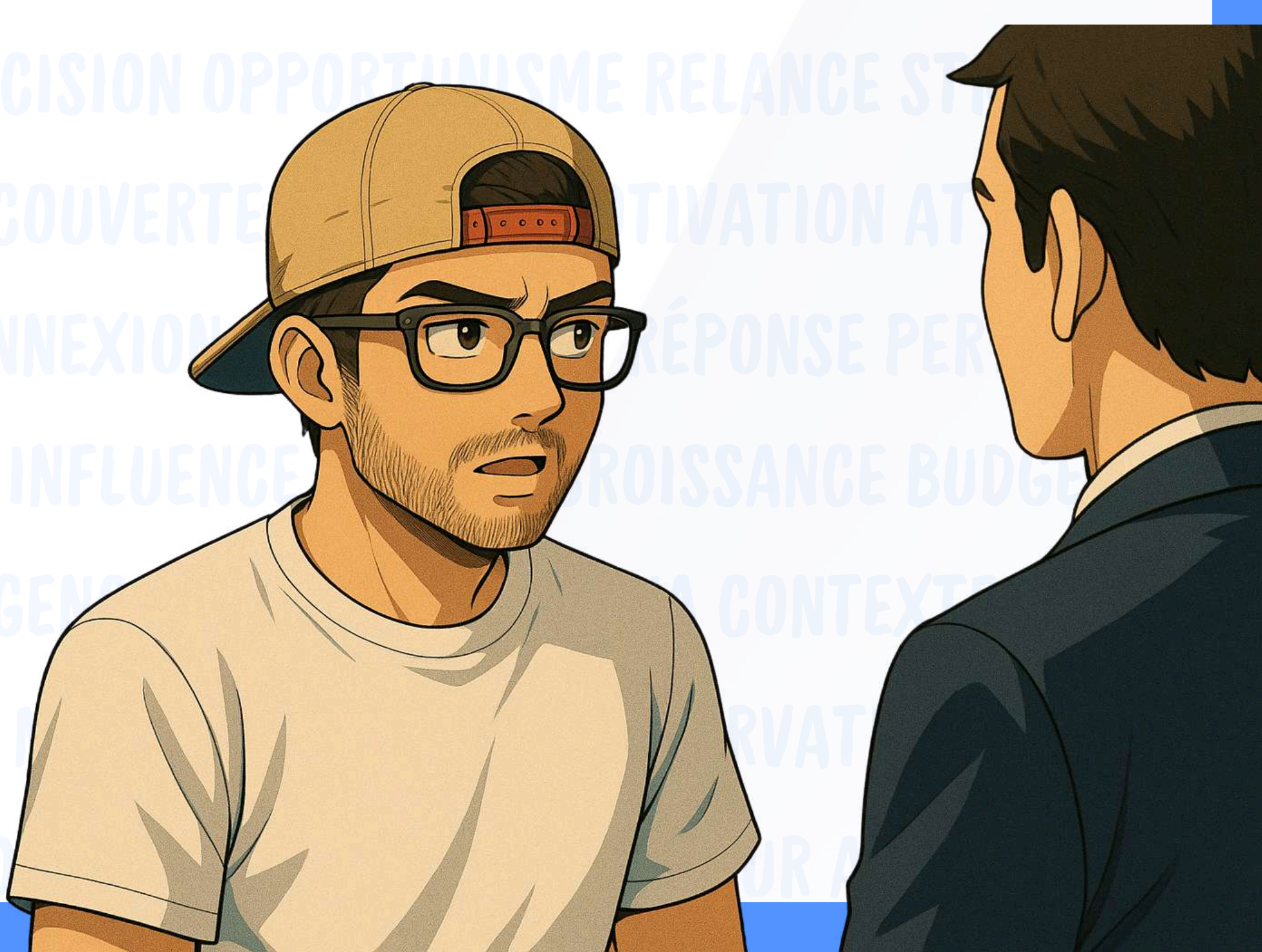
Une boîte qui ouvre des bureaux, c'est une boîte qui grandit. Elle a sûrement besoin de matériel, de prestataires locaux, de ressources humaines ou d'accompagnement terrain. **C'est un bon signal pour proposer tes services** si tu peux l'aider à s'installer ou se structurer.

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.

04

SIGNAUX LIÉ À TON CLIENT IDÉAL



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

PERSONA

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 ?

JE PROSPECTE POUR TOI ET JE CRÉE TON CONTENU LINKEDIN

Le fonctionnement est simple :

➜ Je prends en charge :

- La création de tes fichiers
- L'enrichissement de tes fichiers
- L'écriture de tes séquences de mails
- Les configurations techniques et les outils
- La création de tes posts et carrousels LKD

Et c'est seulement **970 € / mois**
(hors frais de setup, juste le premier mois)

POUR POSTULER C'EST ICI :

https://tally.so/r/3xz10r