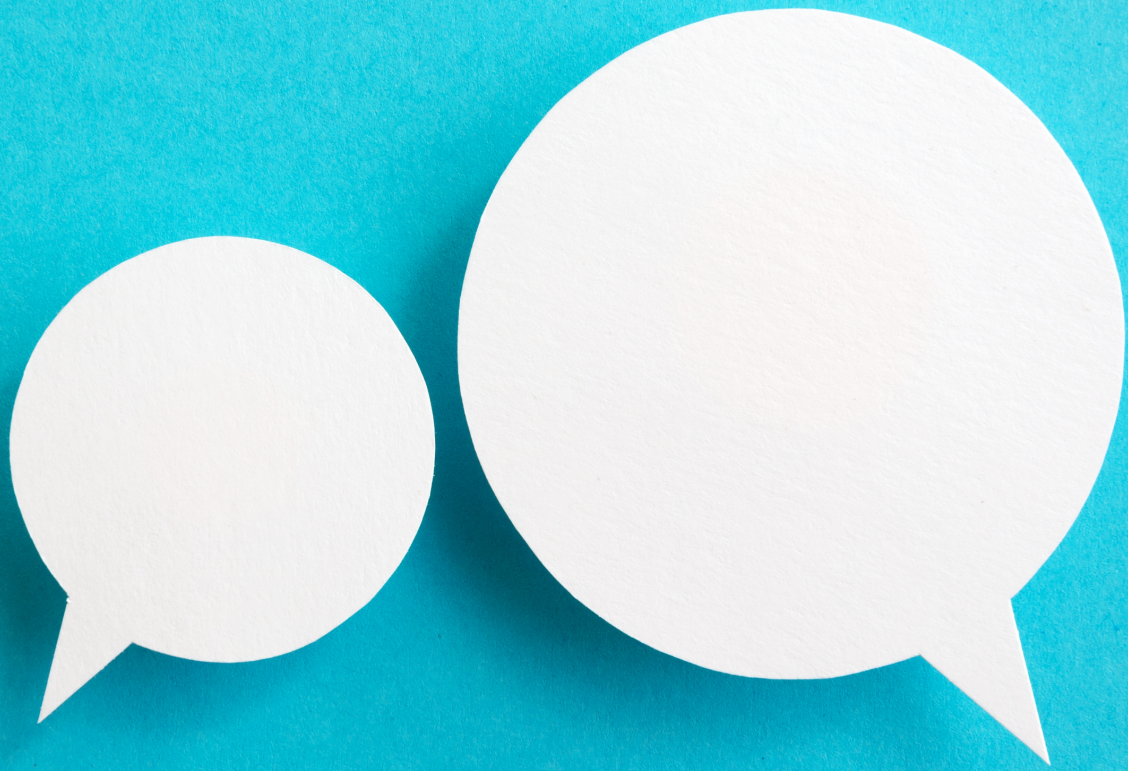




SLN  L'AGENCE

Le Guide de la Démo Produit Réussie

Avant de commencer...

La démo intervient en fin de parcours d'achat d'un prospect. Vos actions marketing et commerciales ont provoqué ce moment, à vous de ne pas rater cette opportunité de transformation.

Ce guide va vous permettre de construire une démo produit qui convertit en travaillant sur toutes ses composantes.

Une démo ça se prépare avec précision, chaque point doit être parfaitement maîtrisé !

AU SOMMAIRE

ÉTAPE #1 - Comprendre son prospect

ÉTAPE #2 - Planifier la démo

ÉTAPE #3 - Construire la démo

ÉTAPE #4 - Et pendant la démo ?

ÉTAPE #5 - Réussir le suivi de sa démo



Avez-vous lu notre article
sur la démo produit ?
Cliquez sur le masque
pour y accéder !



Le rappel important !

La démo produit est
un **contenu de phase 'Decision'**

Elle doit être proposée uniquement
aux **prospects** les plus **matures** et
qualifiés !

Le parcours d'achat en B2B



SLN L'AGENCE

Cliquez sur le masque
pour en savoir plus sur le
parcours d'achat !



ÉTAPE #1

Comprendre son prospect



Le RDV de contextualisation

Il est crucial de réaliser ce premier rdv en amont de la démo avec votre prospect.

Pourquoi ? Car il va vous permettre de répondre à ces **3 questions capitales** pour la suite :



Le prospect est-il suffisamment qualifié ?

Votre temps est précieux, ne le perdez pas avec un interlocuteur qui ne passera jamais à l'action.



Le prospect est-il décisionnaire ?

Assurez-vous de planifier une démo en présence des bons interlocuteurs en les identifiant pendant ce rdv.



Quels sont ses points de douleurs ?

Il est capital de les identifier pour contextualiser votre démo autour de ces points.



Voyons maintenant comment
bien préparer ce rdv !

Les 5 étapes du RDV réussi



Faites des recherches en amont

Connaitre votre prospect vous fera gagner du temps en rdv et vous permettra de créer de la confiance.



Parlez-vous en face à face

Il est plus facile garder votre prospect concentré sur la discussion en physique ou en visio que par téléphone.



Validez l'agenda et la durée du rdv

C'est indispensable pour bien maitriser l'échange. Demandez au prospect s'il souhaite ajouter un sujet.



Préparez bien vos questions

Elles doivent être pertinentes (d'où les recherches en amont). Soyez efficaces avec 10-15 questions max.



Gardez du temps pour évoquer la suite

Passez en revue les next steps et assurez-vous de finir le rdv avec une confirmation de créneau pour la démo.



Super ! La première étape est effectuée, passons à la suite !

ÉTAPE #2

Planifier la démonstration



La méthode pour éviter les no-shows



Choisissez le bon créneau

- Dans les 5 jours suivant le rdv de contextualisation
- Pour un créneau de 30 à 45 minutes
- Entre 15h et 17h en évitant le vendredi



Envoyez l'invitation 15 minutes après le rdv de contextualisation



Invitez les décideurs et les personnes clés



Envoyez des emails de rappel

- Envoyez les emails 24 heures avant la démo, pendant les heures ouvrées
- Personnalisez les emails
- Mentionnez ce qu'ils vont retirer de la démo
- Ajoutez l'agenda de la démo et ses objectifs
- Vérifiez les ouvertures des emails (avec les outils appropriés)



C'est parti ! Il est temps de préparer l'agenda de la démo !

ÉTAPE #3

Construire la démo



L'agenda de la démo réussie



L'introduction - 5mn

- Introduisez chaque participant à la démo
- Créez un climat de confiance et imposez votre leadership
- Partagez l'agenda



Contextualisez la démo - 5mn

- Rappelez les business challenges du prospect
- Donnez un aperçu de la manière dont vous allez les aider à les résoudre



Déroulez votre argumentaire - 15mn

- Adressez chaque point de douleur et sa solution
- Focalisez-vous sur les features les plus pertinentes
- S'il y a beaucoup de points de douleur, focalisez la démo sur les 3 principaux.



Discutez des next steps - 5mn

- Validez le process de décision du prospect
- Assurez-vous de fournir tous les éléments permettant de faire avancer le deal



Voyons maintenant comment
rendre votre démo inoubliable !

Les astuces pour une démo efficace



Identifiez les features clés à montrer

- Basez-vous sur vos buyers personas
- Partez de leurs objectifs
- Incluez des statistiques liées à ce persona
- Trouvez les points de douleur communs à ce persona
- Sélectionnez les features qui répondent le mieux à ces points de douleur



Personnalisez la démo pour le prospect

- Basez-vous sur sa situation business et ses besoins
- Connectez ces infos à la trame de votre démo
- Proposez des solutions personnalisées aux besoins exacts de votre prospect
- Insistez uniquement sur les features qui solutionnent ses points de douleurs



Ne négligez pas le storytelling

Maintenez son attention et engagez-le avec :

- des études de cas ou des histoires pertinentes
- des expériences personnelles ou des anecdotes



La démo est prête, parlons maintenant de ce qui se passe pendant la présentation !

ÉTAPE #4

Et pendant la
démonstration ?



La gestion des objections



Comment traiter une objection ?

- Soyez empathique
- Demandez si nécessaire de clarifier l'objection
- Identifiez la vraie question grâce à l'écoute active
- Proposez une solution à l'objection
- Demandez une confirmation de sa résolution

Répondre aux 7 objections les plus courantes



Si le prospect évoque les tarifs

- Chiffrez ses points de douleurs en termes d'impacts financiers et de coûts en temps de travail
- Discutez des problématiques qui lui coûtent le plus
- Expliquez dans quelle mesure votre solution lui fait gagner de l'argent



Si le prospect évoque les concurrents

- Montrez que votre solution répond exactement à ses besoins, sans dévaluer le concurrent
- Insistez sur les éléments différenciants et pourquoi ils sont importants pour lui spécifiquement
- Mettez l'accent sur votre top feature qui adresse son principal point de douleur



Si l'interlocuteur n'est pas décisionnaire

- Faites de cette personne un allié pour influencer les décisionnaires au sein son entreprise



S'il manque une feature à votre solution

- Demandez une clarification du besoin exprimé
- Discutez de pourquoi cette feature est importante
- Montrez dans quelle mesure votre solution peut répondre à ce besoin, même sans cette feature



Si le prospect n'est plus prêt à acheter

- Identifiez ce qui s'est passé de son côté
- Discutez d'une timeline pour relancer les discussions
- Planifiez un nouveau créneau pour prendre des nouvelles du projet



Si le prospect n'est pas assez rassuré

- Préparez des références clients et des témoignages
- Envoyez des cas de succès clients pertinents



Si le prospect n'a pas d'objections

- Soyez en bien certain en posant des questions



Votre démo est bientôt finie, mais la partie la plus importante reste à venir !

La conclusion de la démo



Préparez les next steps avant la démo

Basez-vous sur le rdv de découverte pour anticiper les next steps en fonction du process du prospect



Clôturez la démo avec un call-to-action

Assurez-vous que le prospect soit certain d'avoir compris ce que vous attendez de lui pour la suite



Prenez le contrôle du process

- Donnez une vision claire sur les next steps
- Demandez s'il y a des questions sur ces next steps
- Confirmez qu'elles ont bien été intégrées
- Faites-les s'engager sur les actions prévues



Parfait, le rdv est terminé. Il faut maintenant gérer le suivi !

ÉTAPE #5

Réussir le suivi de la démo



Réussir son email de follow-up



La checklist de l'email efficace

- Envoyez-le dans les 12h ouvrées suivant la démo
- Soyez patient, et ne forcez pas le passage à l'achat
- Assurez-vous que les équipes internes soient prêtes à intégrer ce potentiel nouveau client
- Relisez plusieurs fois l'email avant l'envoi
- Utilisez un logiciel pour tracker l'ouverture du mail
- Intégrez le calendrier des next steps



Les erreurs fréquentes à éviter

- N'envoyez pas le mail trop tôt après la démo
- N'envoyez pas le mail hors des heures ouvrées
- Ne donnez pas trop d'actions à faire à votre prospect. Concentrez-le sur une tâche principale
- N'oubliez pas de tracker l'ouverture de votre email pour vous assurer qu'il a bien été reçu
- N'oubliez pas de consigner toutes vos conversations pour ne rien oublier quand vous devrez y revenir



Et voilà ! Vous avez tout donné, il est temps de répéter le process pour la démo suivante !

BONUS

La checklist technique



Pour éviter les imprévus !

- ☐ Ma connexion wifi est stable
- ☐ Les prospects peuvent se connecter sur mobile
- ☐ L'outil fonctionne bien sur tous les navigateurs
- ☐ L'outil ne nécessite pas de téléchargement
- ☐ J'ai désactivé les notifications pop-up sur mon écran
- ☐ J'utilise un casque pour éliminer les bruits parasites
- ☐ Je contrôle le bon fonctionnement de mon micro
- ☐ Je suis dans un environnement calme
- ☐ Je m'assure de ne pas être dérangé pendant le rdv
- ☐ J'enregistre le rdv (avec l'accord de l'interlocuteur)
- ☐ J'ai bien préparé mon environnement de démo
- ☐ J'ai testé mon environnement de démo
- ☐ J'ai ouvert tous les supports nécessaires au rdv
- ☐ J'ai de quoi prendre des notes pendant le rdv

SLN L'AGENCE

Pour aller plus loin !

**Faites de LinkedIn un vrai levier de prospection commerciale
en y consacrant 2h / semaine**



**FORMATION
LINKEDIN PRO**
4 modules - 6h de vidéos

152 AVIS
★★★★★

EN SAVOIR PLUS

**Retrouvez-nous sur notre site web !
<https://www.ludosln.net/>**