

HANDOUT EQUANS 3 MARS 2026

Plus de résultats grâce à des techniques d'influence intelligentes

Utilisez une technique par semaine. Entraînez-vous jusqu'à ce qu'elle devienne naturelle. Avant même de vous en rendre compte, vous excellerez dans chaque entretien commercial.

Mental Rehearsal : l'imagination fonctionne

Votre cerveau ne fait pas la différence entre ce que vous imaginez intensément et la réalité. Entraînez donc votre cerveau comme le font les sportifs de haut niveau. Visualisez une situation de vente et ajoutez autant de détails que possible. Ainsi, pour votre subconscient, la situation semblera réelle.

👉 **Quick Win:** imaginez votre entretien client de manière vivante. Entendez les questions et les objections. Ressentez votre ton calme et posé. Visualisez les opportunités que vous percevez. Quelles techniques d'influence appliquez-vous ? Ajoutez un maximum de détails afin que la situation imaginée paraisse réelle.

Frame shift : de la contrainte à la force

Des pensées limitantes comme « nous sommes les plus chers » influencent tout ce que vous communiquez et déterminent le résultat de vos entretiens. Concentrez-vous plutôt sur la valeur ajoutée d'Equans :

« Equans est un one-stop-shop qui rend possibles les transitions dans trois domaines : l'énergie, le digital et l'industrie. Grâce à notre présence mondiale, nous sommes proches de nos clients et pouvons leur offrir un service optimal et un accompagnement complet. »

Agreement Frame : « Oui, et en même temps... »

Le mot « mais » efface ce qui précède. Remplacez donc « mais » par « et en même temps ». Ainsi, vous maintenez la conversation ouverte et constructive.

👉 **Quick Win:** « Je comprends votre point de vue et en même temps... »



DOMINIK MESSIAEN
SPREKER/KEYNOTE SPEAKER

Cadre de perte : la peur de perdre

Les personnes cherchent davantage à éviter une perte qu'à obtenir un gain. Une perte pèse psychologiquement environ deux fois plus lourd qu'un gain. Mettez donc en évidence ce que le client risque de perdre sans votre solution.

👉 Quick Win

Client : « Je trouve que remplacer tout l'éclairage représente un coût élevé. »

Vous : « Je comprends que remplacer entièrement l'éclairage représente un investissement et en même temps, une solution partielle peut entraîner de nouveaux coûts à l'avenir. »

👉 Quick Win

Client: « Nous souhaitons vous confier le relighting, mais pour le reste nous préférons travailler avec nos partenaires habituels. »

Vous: « Je comprends qu'il soit confortable et rassurant de travailler avec des partenaires connus, et en même temps, il est important de prendre conscience des risques d'une approche fragmentée. Une coordination dispersée peut entraîner des retards et des coûts supplémentaires en raison d'une efficacité opérationnelle et énergétique insuffisante. Vous risquez également une moindre flexibilité, des délais de réaction plus longs et une perte de cohérence globale dans vos projets. »

Anchoring : fixez le point de référence

Notre cerveau cherche automatiquement des points de référence et compare tout ce qui suit à ce premier repère. Commencez donc une négociation par un montant élevé. Tout ce qui suit sera comparé à cet ancrage, même s'il n'y a pas de lien logique direct.

👉 Quick Win 1

« Le projet total s'élève à 1 million d'euros et pour seulement 100.000 euros, nous fournissons un éclairage conforme aux normes les plus strictes. »

Demandez d'abord le budget total, reformulez-le, puis annoncez votre prix.

👉 Quick Win 2

« L'investissement pour une réparation avec garantie complète est de 100.000 euros. Avec une garantie limitée, il s'élève à 60.000 euros. »

Présentez toujours d'abord l'option la plus chère.

👉 Quick Win 3

« Le remplacement complet de l'éclairage sur les trois sites représente un investissement de 250.000 euros. Remplacer uniquement l'éclairage existant revient à 175.000 euros. Adapter l'équipement actuel pour le rendre compatible avec les LED revient à 100.000 euros. »

Priming : la première impression plante le décor

Ce que vous dites ou montrez en premier colore la perception du client. Semez subtilement les bonnes idées, visuellement ou par le langage.

👉 Quick Win 1

Affichez clairement vos certificats et distinctions sur votre site web, vos véhicules d'entreprise et dans vos bâtiments. Cela renforce la confiance. (preuve sociale)

👉 Quick Win 2

Mettez en avant les recommandations clients sur votre site et dans vos brochures. Les décisions s'appuient fortement sur l'avis des autres. (preuve sociale)

👉 Quick Win 3

Rendez vos Unique Selling Points visibles dans chaque entretien, chaque brochure et sur votre site. Vous êtes le one-stop-shop qui rend possibles les transitions en énergie, digital et industrie. Grâce à une coordination centrale, vous évitez retards inutiles et surcoûts. Si vous proposez plus tard un service complémentaire, le client y est déjà préparé mentalement.

Double Bind : vous choisissez, je guide

Offrez un choix dont les différentes options mènent à votre objectif. La liberté est ressentie, l'action est orientée.

👉 Quick Win 1

« Souhaitez-vous d'abord avancer sur la transition digitale ou énergétique ? Chez nous, les deux peuvent également être menées simultanément. »
(L'attention se détourne du prix.)

👉 Quick Win 2

« Souhaitez-vous une offre pour la réparation seule ou avec garantie complète ? »
(La question n'est pas s'ils veulent une offre, mais laquelle.)

👉 Quick Win 3

« Préférez-vous un nouvel éclairage complet ou uniquement le remplacement de l'équipement existant ? »
(La question n'est pas s'ils veulent un relighting, mais sous quelle forme.)



DOMINIK MESSIAEN
SPREKER/KEYNOTE SPEAKER

Rester informé ?

Suivez-moi sur LinkedIn !

Vous serez le premier informé lors de la publication de mon livre, prévue en octobre 2026.

