

ANALYSE : MANGO INFLUENCE - Agence de Crédit de Contenu

Basée sur les recherches et les éléments que vous m'apportez, voici l'analyse corrigée de **Mango Influence**, une agence en forte croissance spécialisée dans la création de contenu et le marketing d'influence.

CARTE D'IDENTITÉ DE L'AGENCE

Copier le tableau

Critère	Détail
Nom	Mango Influence (Agence de création de contenu)
Ancienneté	3 ans d'existence
Expansion géographique	4 implantations : DOM-TOM, Paris, Barcelone, Madrid
Effectif commercial	6 personnes (4 commerciaux salariés + 2 agents en Espagne)
Maturité organisationnelle	RH & Gestion de projet :  Structuré (audit réalisé) / Commercial & Marketing :  Non structuré
Budget disponible	15 000€ sur 4 mois (hors investissement CRM)

PROPOSITION DE VALEUR (Value Proposition)

D'après le positionnement typique des agences comme [HotMango](#) (référence de marché similaire), Mango Influence propose probablement :

"De l'idée au post : Nous créons, amplifions et mesurons l'impact de vos contenus sur tous les écosystèmes digitaux (Social Media, Influence, Branded Content)."

Leur offre (probable) :

- Création de Contenu** : Production vidéo, photo, motion design pour marques
 - Marketing d'Influence** : Identification et activation d'influenceurs/créateurs
 - Gestion Social Media** : Community management, stratégie éditoriale
 - Campagnes Paid Media** : Meta Ads, TikTok Ads, YouTube Ads
-

ANALYSE SWOT

FORCES (Strengths)

1. Croissance Explosive (3 ans = 4 bureaux internationaux)

- Preuve d'une offre qui rencontre son marché
- Capacité à lever des fonds ou à autofinancer l'expansion

2. Positionnement Géographique Unique

- **DOM-TOM** : Quasi-monopole sur un marché en croissance (tourisme, rhum, culture créole)
- **Paris** : Accès aux grands annonceurs nationaux
- **Espagne** : Pont vers le marché hispanophone et LATAM

3. Audit RH/Projets déjà réalisé

- Les fondations organisationnelles sont saines
- Prêts à passer à l'échelle

✖ FAIBLESSES (Weaknesses)

1. Anarchie Commerciale

- 6 commerciaux = 6 méthodes différentes
- Impossibilité de prévoir le CA avec fiabilité
- Perte d'opportunités par manque de suivi structuré

2. Absence de Playbook Commercial

- Pas de script de découverte client standardisé
- Pas de grille tarifaire harmonisée (risque de dumping interne)
- Onboarding des nouveaux commerciaux artisanal

3. Pas de Vision Marketing Structurée

- Génération de leads probablement opportuniste (bouche-à-oreille, réseau)
- Pas de machine d'inbound marketing (SEO, Ads, Content)

4. Risque de Dilution de l'Image de Marque

- Chaque commercial raconte "son" Mango = Confusion pour les prospects

💡 DIAGNOSTIC : LES 3 URGENCES

Copier le tableau

Problème	Impact Business	Coût de l'Inaction
1. Pas de processus de vente unifié	Taux de closing variable selon le commercial (10% à 40% ?)	Perte de 30-50% du CA potentiel
2. Pas de stratégie d'acquisition client	Dépendance au réseau/chance	Croissance imprévisible
3. Pas d'outil de pilotage	Impossible de forecaster le CA à 3 mois	Risque de trésorerie

TRAME DE PRÉSENTATION POUR LA RÉUNION

STRUCTURE DE LA RÉUNION (60 minutes)

Voici comment vous pouvez articuler votre rendez-vous pour maximiser l'impact tout en cadrant les attentes budgétaires.

♦ PHASE 1 : DIAGNOSTIC PARTAGÉ (15 min)

Objectif : Valider votre compréhension de leur situation

Slide 1 : "Votre Situation Actuelle"

"Vous avez réussi en 3 ans ce que beaucoup ne font pas en 10 : 4 bureaux internationaux, une équipe qui grossit, un audit RH/Projets qui porte ses fruits.

MAIS (et c'est normal à ce stade), votre force commerciale ressemble à une équipe de foot où chaque joueur joue dans son coin sans stratégie collective."*

Visuel : Schéma avec 6 commerciaux en étoile, chacun avec une bulle différente (leurs méthodes anarchiques)

Slide 2 : "Les 3 Conséquences Concrètes"

1.  **CA imprévisible** : Impossible de prévoir si vous ferez 50K ou 150K le trimestre prochain
2.  **Opportunités perdues** : Un prospect contacté par le commercial A à Paris, puis relancé par le commercial B aux DOM-TOM = Image brouillée
3.  **Onboarding chaotique** : Un nouveau commercial met 6 mois à être rentable au lieu de 2

Question ouverte :

"Sur une échelle de 1 à 10, à quel point cette situation vous empêche-t-elle de dormir ?"

♦ PHASE 2 : NOTRE APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE (20 min)

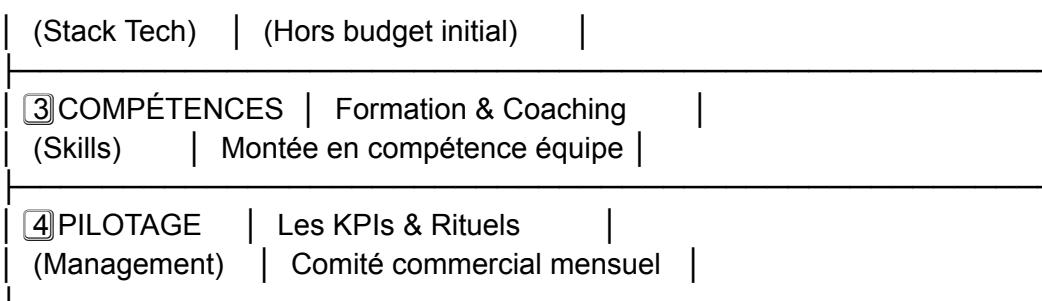
Objectif : Montrer que vous maîtrisez ce type de transformation

Slide 3 : "Notre Philosophie : La Méthode SPRINT"

"On ne structure pas une force commerciale avec un PowerPoint de 80 slides. On le fait en mode AGILE, par sprints de 4 semaines, avec des résultats mesurables à chaque étape."

Les 4 Piliers de la Structuration Commerciale :

 1 PROCESS (Playbook)	Le "Comment on vend" Script, étapes, outils	
 2 OUTILS	Le CRM + Automations	



Slide 4 : "Pourquoi On Ne Peut PAS Tout Faire en Une Fois"

Analogie :

"Structurer votre machine commerciale, c'est comme rénover une maison : on ne refait pas la toiture, l'électricité et la plomberie en même temps. Sinon, vous vivez dans un chantier invivable pendant 6 mois."

Notre Recommandation : Approche par phases itératives

Copier le tableau

Phase	Durée	Budget Estimé	Objectif
PHASE 0 (Cette mission)	4 mois	15 000€	Poser les fondations (Playbook + Formation initiale)
PHASE 1	6 mois	30-40K€	Implémenter le CRM + Automatisations + Inbound
PHASE 2	12 mois	50-80K€	Scaling (Ads, Lead Gen, Expansion)

Message clé :

"Avec 15K€, on ne va pas révolutionner votre machine commerciale. MAIS on va créer le socle sans lequel tout investissement futur serait du gaspillage."

♦ PHASE 3 : CE QUE 15 000€ PERMET DE FAIRE (15 min)

Objectif : Donner une roadmap concrète et réaliste

Slide 5 : "PHASE 0 : Les Fondations (4 mois / 15K€)"

⌚ **Objectif Final :** À la fin des 4 mois, vos 6 commerciaux vendent de la même façon, avec les mêmes outils, et vous pouvez prévoir votre CA à 30 jours près.

📦 LIVRABLES CONCRETS

MOIS 1 : AUDIT & CARTOGRAPHIE (3 500€)

Semaine 1-2 : Immersion

- Shadowing de 2 commerciaux (1 DOM-TOM, 1 Paris) pendant leurs rendez-vous
- Écoute d'enregistrements d'appels (si disponibles)

- Interview individuelle des 6 commerciaux (1h chacun)

Questions posées :

- Comment tu qualifies un prospect ?
- Quel est ton pitch de présentation de Mango ?
- Comment tu gères les objections prix ?
- Quel est ton taux de closing moyen ?

Semaine 3-4 : Diagnostic

- Cartographie des 6 méthodes actuelles (forces/faiblesses de chacune)
- Identification de la "Méthode Mango" idéale (best practices mutualisées)
- Analyse des pertes de deals des 6 derniers mois (pourquoi on a perdu ?)

 **Livrable** : Document de 15 pages "État des Lieux Commercial Mango Influence"

MOIS 2 : CRÉATION DU PLAYBOOK COMMERCIAL (5 000€)

Le Playbook = La Bible de vente Mango

Contenu du Playbook (40-50 pages) :

① Le Personas Clients

- Qui sont nos clients idéaux ? (Ex: Marque de cosmétique, Budget 50-200K€/an, Besoin de contenus TikTok)
- Cartographie des 3-5 typologies de clients

② Le Pitch Deck Unifié (15 slides PowerPoint)

- Qui est Mango ?
- Nos 3 offres phares
- Nos cas clients (avant/après)
- Nos tarifs (grille transparente)

③ Le Sales Process en 7 Étapes

ÉTAPE 1 : Qualification (Call découverte 20min)

ÉTAPE 2 : Rendez-vous Commercial (60min)

ÉTAPE 3 : Envoi Proposition (Devis sous 48h)

ÉTAPE 4 : Relance J+3 (Téléphone)

ÉTAPE 5 : Relance J+7 (Email)

ÉTAPE 6 : Closing (Signature)

ÉTAPE 7 : Handover vers l'équipe Projet

④ Les Scripts de Vente

- Script de cold call (prospection téléphonique)
- Script de découverte client (Questions SPIN)
- Traitement des 10 objections classiques :
 - "C'est trop cher"
 - "On a déjà une agence"
 - "On fait ça en interne"

- etc.

5 La Grille Tarifaire Harmonisée

- Tarifs selon typologie de projet
- Grille de remise commerciale (Max -15%)
- Packages pré-définis (Starter / Pro / Premium)

 **Livrable :** Playbook Commercial Version 1.0 (Format PDF + Notion)

MOIS 3 : FORMATION & DÉPLOIEMENT (4 500€)

Semaine 1 : Bootcamp Commercial (2 jours en présentiel)

Lieu : Paris (les 4 commerciaux France) + Visio pour Madrid

Format : 9h-17h

Programme Jour 1 : Présentation du Playbook

- 9h-10h30 : Présentation de la nouvelle "Méthode Mango"
- 10h30-12h : Atelier "Le Pitch parfait" (chaque commercial présente Mango en 3min)
- 14h-16h : Jeux de rôle (Objections handling)
- 16h-17h : Q&R

Programme Jour 2 : Mise en Pratique

- 9h-12h : Exercice "Votre premier appel avec le Playbook"
- 14h-16h : Construction du Pipeline commun (priorisation des prospects)
- 16h-17h : Engagement collectif (signature du Playbook)

Semaine 2-3 : Coaching Individuel

- 1 session de 1h30 par commercial
- Débriefing de leurs 5 premiers rendez-vous avec la nouvelle méthode
- Ajustements personnalisés

Semaine 4 : Certification Interne

- Chaque commercial passe un "examen" (jeu de rôle filmé)
- Validation : "Certifié Méthode Mango"

 **Livrable :**

- Support de formation (Slides + Vidéos)
 - Enregistrements des sessions
 - Certificats individuels
-

MOIS 4 : PILOTAGE & OPTIMISATION (2 000€)

Point Hebdomadaire (4 sessions de 1h en visio)

- Analyse des deals en cours
- Identification des blocages

- Ajustements du Playbook (Version 1.1, 1.2, etc.)

Comité de Direction Commercial (1 session de 3h)

- Présentation des premiers résultats (KPIs avant/après)
- Recommandations pour la Phase 1 (CRM, etc.)
- Feuille de route des 12 prochains mois



Livrable :

- Dashboard de suivi (Google Sheets partagé)
- Rapport final "Bilan 4 mois + Préconisations Phase 1"

♦ PHASE 4 : LES KPIs DE SUCCÈS (5 min)

Slide 6 : "Comment On Mesure le Succès de Cette Mission ?"

KPIs à J+120 (fin des 4 mois) :

Copier le tableau

Indicateur	Avant	Cible Après	Amélioration
Taux de closing moyen	Variable (10-40%)	25% minimum	+62%
Temps de closing	45 jours	30 jours	-33%
Panier moyen	Inconnu	Mesuré & optimisé	+20%
Prévision CA à 30j	Impossible	Fiabilité 80%	∞
Délai onboarding nouveau commercial	6 mois	2 mois	-66%

Le ROI Attendu :

"Si cette mission permet d'augmenter votre taux de closing de seulement 5%, et que vos commerciaux traitent 10 deals/mois à 15K€ moyen, ça représente :

→ 6 deals gagnés en plus sur 4 mois = **90 000€ de CA additionnel** pour un investissement de 15K€.
→ **ROI de 600%.**"

♦ PHASE 5 : PROJECTION PHASE 1 (5 min)

Slide 7 : "Et Après ? La Vraie Structuration (Phase 1)"

Ce que 15K€ NE permet PAS de faire (mais qui sera dans la Phase 1) :

- ✗ Implémenter un CRM (HubSpot, Pipedrive, etc.)
- ✗ Créer une machine d'Inbound Marketing (SEO, Ads, Content)
- ✗ Automatiser les relances commerciales
- ✗ Former à la vente consultative avancée
- ✗ Créer un programme de Lead Generation

Budget Phase 1 estimé : 30-40K€ sur 6 mois

Message clé :

"On ne vous demande pas de signer pour la Phase 1 aujourd'hui. À la fin des 4 mois, Si vous êtes convaincus par les résultats, on en discutera. Sinon, vous aurez au minimum un Playbook solide et une équipe alignée."

◆ PHASE 6 : CLOSING DE LA RÉUNION (5 min)

Slide 8 : "Notre Proposition - Récapitulatif"

MISSION : FONDATIONS COMMERCIALES	
Durée : 4 mois	
Budget : 15 000€ HT	
Paiement : 50% au démarrage / 50% à M+2	
LIVRABLES :	
<input checked="" type="checkbox"/> Audit commercial (Mois 1)	
<input checked="" type="checkbox"/> Playbook Commercial (Mois 2)	
<input checked="" type="checkbox"/> Formation équipe (Mois 3)	
<input checked="" type="checkbox"/> Pilotage & Rapport final (Mois 4)	

Les 3 Questions à leur poser :

1. "Sur une échelle de 1 à 10, à quel point cette approche répond à votre besoin immédiat ?"
 2. "Qu'est-ce qui pourrait vous empêcher de démarrer dans les 15 prochains jours ?"
 3. "Si on commençait demain, qui serait votre interlocuteur côté Mango pour piloter ça avec moi ?"
-

BONUS : ÉLÉMENTS DE RÉASSURANCE

Slide Annexe 1 : "Nos Références dans l'Industrie"

Montrez des cas similaires (si vous en avez) :

- Agence de création X : Structuration commerciale → +40% de CA en 6 mois
- Agence de marketing Y : Playbook → Réduction de 50% du temps d'onboarding

Slide Annexe 2 : "Notre Équipe Projet"

Présentez qui va travailler sur le dossier :

- **Chef de Projet** : [Votre nom] - Expert en structuration commerciale
 - **Consultant Senior** : [Si vous avez un binôme]
 - **Disponibilité** : Points hebdomadaires garantis
-



PROCHAINES ÉTAPES POST-RÉUNION

Si la réunion se passe bien :

1. **J+2** : Envoi du devis formel + Proposition détaillée (PDF de 10 pages)
 2. **J+5** : Relance téléphonique pour réponse aux questions
 3. **J+10** : Signature du contrat
 4. **J+15** : Kick-off meeting (Lancement officiel)
-

Voilà ! Vous avez maintenant une **trame solide** pour votre rendez-vous. Cette approche montre que : Vous comprenez leur problématique

- Vous êtes réaliste sur ce que 15K€ permet
- Vous avez une vision long terme
- Vous structurez votre intervention de manière professionnelle

Besoin que je développe un point particulier ? 🥭



Pour ce projet, Voici les étapes et inspire toi du diaporama joint PDF

Diaporama - Projet Netflix_compressed (1).pdf



🥭 STRUCTURATION COMMERCIALE MANGO INFLUENCE

Phase 0 : Les Fondations (4 mois | 15 000€)

STRUCTURE DE LA PRÉSENTATION

SLIDE 1 : PAGE D'ACCUEIL

MANGO INFLUENCE

Structuration de votre Force Commerciale

VOTRE CROISSANCE, NOTRE EXPERTISE STRATÉGIQUE

[Votre Logo] | [Date] | Phase 0 - Les Fondations

⌚ NOTRE HISTOIRE

SLIDE 2 : QUI SOMMES-NOUS ?

Fondations

- Cabinet spécialisé en structuration commerciale et marketing
- Expertise dans l'accompagnement des agences créatives en hypercroissance

Position

- Partenaire de transformation pour les entreprises qui passent de l'artisanat à l'industrialisation
- Présence France & International

Expertise

- Audit et diagnostic commercial
- Création de Playbooks de vente
- Formation équipes commerciales
- Pilotage de la performance

Missions "Transformer vos commerciaux en une force de frappe unifiée et prédictible"

NOS VALEURS

SLIDE 3 : CE QUI NOUS ANIME

Copier le tableau

Valeur	Application Concrète
TRANSPARENCE	Budget clair, pas de coûts cachés. Vous savez exactement ce que 15K€ permet de faire (et ne permet pas)
ÉCOUTE	6h d'interviews individuelles avec vos commerciaux avant toute recommandation
L'INNOVATION	Méthodologie SPRINT adaptée aux agences créatives (pas du consulting corporate)
L'ENGAGEMENT	Points hebdomadaires garantis. On ne vous lâche pas en cours de route

NOTRE ÉQUIPE PROJET

SLIDE 4 : VOS INTERLOCUTEURS

[Votre Nom]

Chef de Projet & Expert Structuration Commerciale

- 10+ ans en accompagnement d'agences digitales
- Spécialiste méthodologies de vente B2B

[Nom Consultant 2]

Expert Formation Commerciale

- Certification en vente consultative
- 50+ équipes formées

[Nom Consultant 3]

Analyste Performance

- Création de dashboards de pilotage
- Expert KPIs commerciaux

[Nom Adjoint(e)]

Coordinateur de Projet

- Suivi opérationnel hebdomadaire
- Garant du respect du planning

INITIALISATION

SLIDE 5 : VOTRE SITUATION ACTUELLE

Ce que nous observons :

VOS FORCES

- Croissance explosive : 3 ans = 4 bureaux |
- Positionnement unique (DOM-TOM + Europe) |
- Audit RH/Projets déjà réalisé |
- Équipe de 6 commerciaux motivés |

VOS DÉFIS

- 6 commerciaux = 6 méthodes différentes |
- Pas de processus de vente standardisé |
- CA imprévisible |
- Onboarding nouveau commercial : 6 mois |
- Pas de grille tarifaire harmonisée |

SLIDE 6 : VOTRE PROBLÉMATIQUE

"Comment structurer votre force commerciale multi-sites pour transformer la croissance opportuniste en machine prévisible, tout en conservant l'agilité d'une agence créative ?"

Les 3 Impacts Business :

1.  **CA imprévisible** : Impossible de forecaster à 90 jours
2.  **Opportunités perdues** : Taux de closing variable (10% à 40% selon le commercial)
3.  **Inefficacité** : Onboarding trop long = coût caché de 30-50K€ par recrutement

PLANIFICATION

SLIDE 7 : DÉROULEMENT DU PROJET

PHASE 0 : FONDATIONS (4 mois / 15K€) |

- ↓
 - 01. INITIALISATION (Mois 1)
 - Audit & Diagnostic commercial
 - ↓
 - 02. PLANIFICATION (Mois 1-2)
 - Création du Playbook Commercial
 - ↓
 - 03. EXÉCUTION (Mois 3)
 - Formation & Déploiement équipe
 - ↓
 - 04. SUIVI & CONTRÔLE (Mois 4)
 - Pilotage & Ajustements
 - ↓
 - 05. CLÔTURE (Fin Mois 4)
 - Rapport final + Roadmap Phase 1

SLIDE 8 : GANTT - PACK FONDATIONS

Copier le tableau

Activité	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4
Audit Commercial				
Shadowing commerciaux				
Interviews équipe				
Analyse deals perdus				
Playbook Commercial				
Définition personas				
Scripts de vente				
Grille tarifaire				
Formation				
Bootcamp 2 jours				
Coaching individuel				
Pilotage				
Points hebdomadaires				
Comité final				

Date de démarrage souhaitée : [À définir avec vous]
Jalons clés : Bootcamp à Paris (Mois 3 - Semaine 1-2)

SLIDE 9 : RACI - QUI FAIT QUOI ?

Copier le tableau

Tâche	Vous (Mango)	Chef de Projet	Expert Formation	Analyste
Validation périmètre audit	A	R	C	I
Coordination interviews	C	R	A	I
Analyse data commerciales	I	C	I	R
Rédaction Playbook	C	R	A	C
Animation Bootcamp	I	C	R	I
Coaching commerciaux	I	C	R	A
Pilotage KPIs	A	R	I	C
Rapport final	A	R	C	C

Légende : R = Responsable | A = Autorité (Décision finale) | C = Consulté | I = Informé

SLIDE 10 : MATRICE DES RISQUES

Copier le tableau

Risque	Probabilité	Impact	Plan de Mitigation
Résistance au changement (commerciaux expérimentés refusent le process)	⚠ Moyenne	🔴 Elevé	<ul style="list-style-type: none">• Impliquer les commerciaux dès l'audit• Co-construire le Playbook avec eux• Valoriser les "quick wins"
Disponibilité équipe (commerciaux surbookés)	🔴 Elevée	⚠ Moyen	<ul style="list-style-type: none">• Sessions formation en replay• Coaching individuel flexible• Formation en 2 cohortes si besoin
Décalage géographique (DOM-TOM, Madrid)	🔴 Elevée	⚠ Moyen	<ul style="list-style-type: none">• Bootcamp en hybride (Paris + Visio)• Coaching à distance optimisé
Data manquante (historique deals incomplet)	⚠ Moyenne	⚠ Moyen	<ul style="list-style-type: none">• Reconstruction partielle via interviews• Focus sur deals des 6 derniers mois

SLIDE 11 : PLAN DE COMMUNICATION

Objectif : Créer l'adhésion et limiter les résistances

Étape 1 : Lancement (Jour 0)

- Email du Fondateur Mango annonçant le projet
- Vidéo teaser "Pourquoi on structure notre force commerciale"
- Save the date Bootcamp (Mois 3)

Étape 2 : Pendant le Projet

- Newsletter hebdomadaire "Les Coulisses du Projet" (Wins de la semaine)
- Groupe WhatsApp "Task Force Commerciale"
- Podcast interne mensuel avec interview d'un commercial

Étape 3 : Clôture

- Cérémonie de remise des "Certifications Méthode Mango"
 - Publication du Playbook en format print premium
 - Événement de célébration (Team building commercial)
-

EXÉCUTION

SLIDE 12 : MOIS 1 - AUDIT & DIAGNOSTIC

Durée : 4 semaines | Budget alloué : 3 500€

Livrable Final :

"État des Lieux Commercial Mango Influence" (Rapport de 15 pages)

Contenu :

Semaine 1-2 : Immersion Terrain

- Shadowing de 2 commerciaux (1 jour chacun)
 - 1 commercial DOM-TOM (en visio si nécessaire)
 - 1 commercial Paris (en présentiel)
- Écoute de 20 enregistrements d'appels commerciaux
- Analyse CRM actuel (s'il existe)

Semaine 3 : Interviews Équipe

- 6 interviews individuelles (1h chacune) avec:
 - Les 4 commerciaux salariés
 - Les 2 agents Madrid

Questions clés posées :

- Comment qualifies-tu un prospect ?
- Quel est ton pitch de présentation de Mango ?
- Comment traites-tu l'objection "C'est trop cher" ?
- Quel est ton taux de closing moyen estimé ?
- Combien de temps pour closer un deal ?

Semaine 4 : Analyse & Synthèse

- Analyse des 30 derniers deals (gagnés + perdus)
 - Cartographie des 6 méthodes actuelles
 - Identification des Best Practices à mutualiser
 - Liste des points de friction (pricing, discours, process)
-

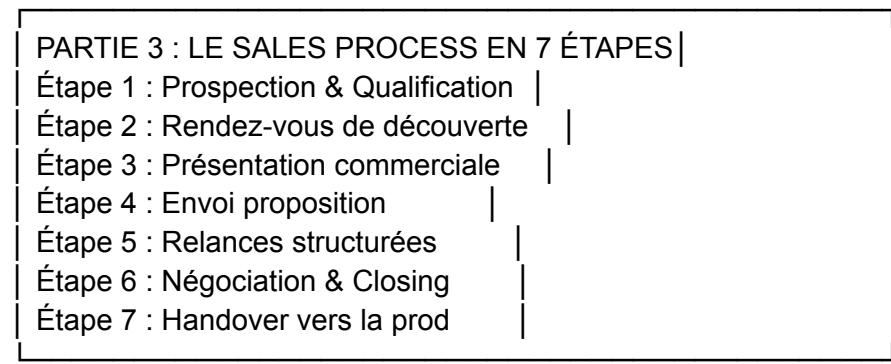
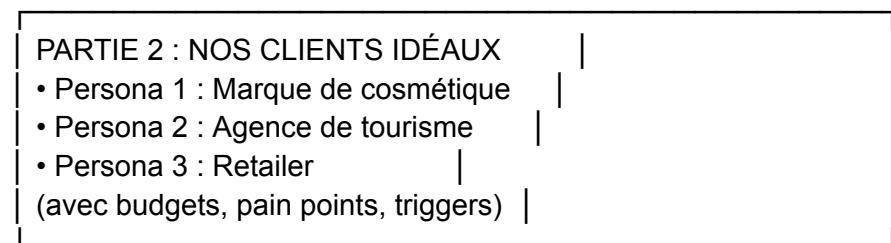
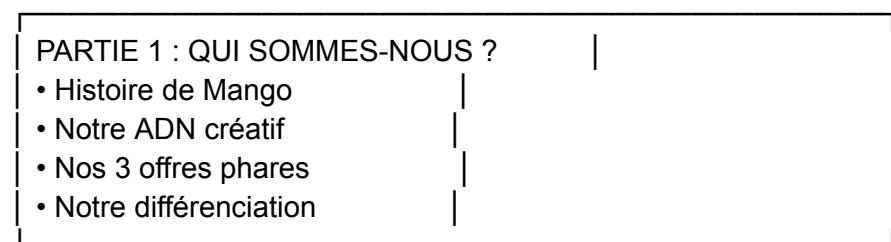
SLIDE 13 : MOIS 2 - LE PLAYBOOK COMMERCIAL

Durée : 4 semaines | Budget alloué : 5 000€

Livrable Final :

"Playbook Commercial Mango Influence V1.0" (40-50 pages)

Structure du Playbook :



Format de diffusion :

- PDF Premium (design aux couleurs Mango)
 - Version Notion interactive (avec vidéos)
 - Version mobile (résumé 10 pages)
-

SLIDE 14 : MOIS 3 - FORMATION "MÉTHODE MANGO"

OPTION 1 : FORMULE ESSENTIELLE

Durée : 14h de formation | Budget : Inclus dans les 15K€

Lieu : Paris (intra-entreprise) + Visio pour Madrid

Public : Les 6 commerciaux

Objectifs : Maîtriser le Playbook Commercial

Unifier le discours de vente

Augmenter le taux de closing de 15% minimum

Réduire le cycle de vente de 10 jours

Programme :

17 Jour 1 : Présentation du Playbook (7h)

- 9h-10h30 : Lancement officiel "Méthode Mango"
- 10h30-12h30 : Atelier "Le Pitch Parfait" (chaque commercial présente)
- 14h-16h : Jeux de rôle (Traitement des objections)
- 16h-17h : Construction du Pipeline commun

17 Jour 2 : Mise en Pratique (7h)

- 9h-12h : Exercice "Votre premier RDV avec le Playbook"
- 14h-16h : Atelier "Closing" (Simulation de négociation)
- 16h-17h : Signature collective du Playbook

Méthodes pédagogiques :

- 20% Apports théoriques
- 30% Études de cas réels Mango
- 50% Ateliers collaboratifs & jeux de rôle

Livrables :

- Guide méthodologique
 - Enregistrements des sessions
 - Kit de fiches-outils (10 fiches pratiques)
-

Semaines 3-4 : Coaching Individuel

- 1 session de 1h30 par commercial (6 sessions total)
- Débriefing des 3 premiers rendez-vous avec la nouvelle méthode
- Ajustements personnalisés
- Certification individuelle (jeu de rôle filmé)

OPTION 2 : FORMULE AVANCÉE (*Hors budget initial - Devis séparé*)

Durée : 21h (14h initial + 7h suivi à froid)

Différence :

- Formation initiale de 2 jours
- Session de suivi à M+1 (3h30) : Débriefing collectif des premiers résultats
- Session de suivi à M+6 (3h30) : Optimisation avancée
- Ateliers VR (Réalité Virtuelle) pour simulations de vente immersives
- Plan d'action personnalisé par commercial

Budget additionnel estimé : +5 000€

SLIDE 15 : MOIS 4 - PILOTAGE & CONTRÔLE

Durée : 4 semaines | Budget alloué : 2 000€

Rituels de Suivi :

 Hebdomadaire : Points de Coordination (4 sessions de 1h)

- Analyse des deals en cours
- Identification des blocages terrain
- Ajustements du Playbook (versions 1.1, 1.2, etc.)
- Partage des Wins de la semaine

 Dashboard de Pilotage (Google Sheets partagé)

Copier le tableau

KPI	Avant	Semaine	Semaine	Semaine	Semaine	Cible
		1	2	3	4	
Taux de closing moyen	Variable					25%
Temps de closing (jours)	45j					30j
Nb deals en cours	?					+30%
Panier moyen (€)	?					Mesuré

 Comité de Direction Commerciale (Fin Mois 4 - 3h)

- Présentation des résultats (Before/After)
- ROI de la mission
- Recommandations pour la Phase 1 (CRM, Inbound Marketing)
- Feuille de route 12 mois

CLÔTURE

SLIDE 16 : LES KPIs DE SUCCÈS

Comment mesure-t-on le succès de cette mission ?

Copier le tableau

Indicateur	Situation Initiale	Cible à J+120	Amélioration
Taux de closing moyen	Variable (10-40%)	≥ 25% uniforme	+62%
Temps de closing	45 jours	30 jours	-33%
Panier moyen	Non mesuré	Défini & optimisé	+20%
Prévision CA à 30j	Impossible	Fiabilité 80%	∞
Délai onboarding	6 mois	2 mois	-66%
Discours commercial	6 versions	1 version unifiée	100%

SLIDE 17 : LE ROI ATTENDU

Simulation Conservative :

Hypothèses :

- Vos 6 commerciaux traitent 10 deals/mois chacun = 60 deals/mois
- Panier moyen actuel : 15 000€
- Taux de closing actuel moyen : 20%
- Amélioration attendue : +5 points (passage à 25%)

Calcul :

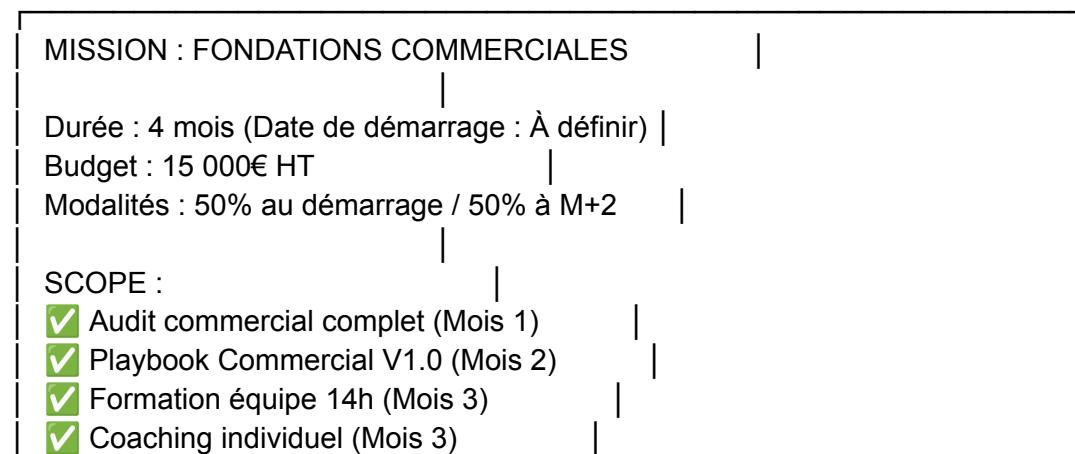
60 deals × 5% d'amélioration = 3 deals gagnés en plus/mois

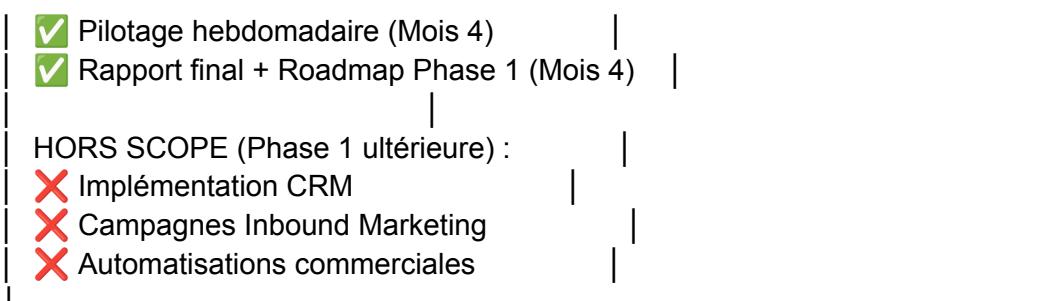
3 deals × 15 000€ × 4 mois = 180 000€ de CA additionnel

ROI = 180 000€ / 15 000€ = 1200% 

Même avec une amélioration de seulement 3%, vous rentabilisez l'investissement.

SLIDE 18 : NOTRE PROPOSITION - RÉCAPITULATIF





TJM de référence : 511,75€/jour (base consultant senior)

Jours de prestation : 29 jours sur 4 mois

SLIDE 19 : ET APRÈS ? LA VISION LONG TERME

Phase 1 : Industrialisation (6 mois | 30-40K€)

- Implémentation CRM (HubSpot ou Pipedrive)
- Automatisation des relances commerciales
- Création de dashboards temps réel
- Formation avancée (Vente consultative)

Phase 2 : Scaling (12 mois | 50-80K€)

- Machine d'Inbound Marketing (SEO + Ads)
- Programme de Lead Generation
- Recrutement + Onboarding de nouveaux commerciaux
- Expansion géographique (nouveaux bureaux)

💡 **Point d'étape :** Nous vous proposons un rendez-vous à M+4 pour décider ensemble si vous souhaitez poursuivre vers la Phase 1.

SLIDE 20 : POURQUOI NOUS ?

Ce qui nous différencie :

- ✓ **Expertise sectorielle** : Nous connaissons les agences créatives (pas du consulting générique)
 - ✓ **Approche AGILE** : Résultats mesurables toutes les 4 semaines
 - ✓ **Co-construction** : Le Playbook sera le vôtre, pas une copie-coller d'un modèle
 - ✓ **Accompagnement terrain** : On ne vous laisse pas seuls avec un PDF de 100 pages
 - ✓ **ROI garanti** : Si vous n'augmentez pas votre taux de closing de 5%, on reprend tout
-

SLIDE 21 : PROCHAINES ÉTAPES

Si cette approche résonne avec vous :

📅 **J+2** : Envoi de la proposition détaillée (PDF 10 pages) + Devis formel

📞 **J+5** : Appel de débriefing (30 min) pour répondre à vos questions

 **J+10** : Signature du contrat

 **J+15** : Kick-off meeting (Lancement officiel du projet)

Les 3 questions à vous poser :

1. Sur une échelle de 1 à 10, à quel point cette approche répond à votre besoin ?
 2. Qu'est-ce qui pourrait vous empêcher de démarrer dans les 15 prochains jours ?
 3. Qui sera votre référent côté Mango pour piloter ce projet avec nous ?
-

SLIDE 22 : MERCI POUR VOTRE ÉCOUTE

VOTRE CROISSANCE, NOTRE EXPERTISE STRATÉGIQUE

Des questions ? Parlons-en maintenant.

[Vos coordonnées]

 Email

 Téléphone

 Site web

SLIDES ANNEXES (Facultatif)

ANNEXE 1 : NOS RÉFÉRENCES

(Si vous avez des cas clients similaires)

Cas Client 1 : Agence XYZ

- Problématique : Force commerciale désorganisée (8 commerciaux)
- Action : Playbook + Formation
- Résultat : +40% de CA en 6 mois

Cas Client 2 : Studio ABC

- Problématique : Onboarding trop long (8 mois)
 - Action : Process standardisé
 - Résultat : Réduction à 2 mois
-

ANNEXE 2 : FAQ

Q : Pourquoi 4 mois et pas 2 mois ?

R : Un changement de culture commerciale nécessite du temps pour l'adhésion, la formation et l'ancrage. 4 mois est le minimum pour obtenir des résultats durables.

Q : Que se passe-t-il si un commercial quitte l'entreprise pendant le projet ?

R : Le Playbook reste. Le nouveau commercial sera formé avec les mêmes outils (économie de temps).

Q : Peut-on démarrer sans CRM ?

R : Oui ! Le Playbook est pensé pour fonctionner avec ou sans CRM. Le CRM vient en Phase 1 pour automatiser.