
DEFCON

GUIDE DE VENTE & PROCESSUS OPÉRATIONNELS

Manuel complet pour la vente de services marketing Defcon.

Version 2.0 - Confidential

SOMMAIRE

01. La Philosophie & L'Accroche	p.2
02. Production Vidéo (Le Cœur)	p.3
03. Gestion Social Media & Ads	p.4
04. CRM & Logiciels (Scale)	p.5
05. Pricing & Scripts de Vente	p.6

01. LA PHILOSOPHIE & L'ACCROCHE

La Cible (Avatar Client)

Nous ciblons les entreprises locales (Restaurants, Immobilier, Gyms, Services) qui ont un **manque visible** de qualité ou de régularité dans leur marketing.

LE PITCH "BRUTAL" (Interne)

"**Votre marketing est faible. Votre image ne reflète pas la qualité de votre service. On peut faire 10x mieux.**"

Pourquoi nous ? (USP)

- 1. On ne vend pas du rêve :** On vend des résultats basés sur l'analyse de données (ce qui marche chez la concurrence).
- 2. Clé en main :** Le client n'a rien à faire à part valider les vidéos et closer les leads.
- 3. Qualité Studio :** On amène une qualité cinéma inaccessible pour eux seuls avec un iPhone.

Script d'Ouverture (L'Appel à Froid)

Vendeur : "Bonjour [Nom], je vous appelle pas par hasard. J'ai passé un moment sur vos réseaux sociaux ce matin, et j'ai vu que vous aviez un super potentiel, mais honnêtement, la qualité de votre contenu actuel vous fait perdre des clients face à [Concurrent X]."

Client : "Ah bon ?"

Vendeur : "Oui. Aujourd'hui l'attention est la monnaie la plus chère. Si vous ne captez pas l'attention en 3 secondes, vous n'existez pas. On a une méthode pour changer ça radicalement, sans que ça vous prenne du temps. Vous avez 2 minutes ?"

02. PRODUCTION VIDÉO (LE CŒUR)

C'est notre produit d'appel. C'est tangible, visuel, et indéniablement supérieur à ce qu'ils font eux-mêmes.

1. Préparation & Coaching

Beaucoup de clients ont peur de la caméra. C'est notre force.

- **Analyse Concurrentielle** : On ne devine pas. On regarde ce qui fait des vues dans leur niche.
- **Scripting** : On écrit les concepts, les accroches et les appels à l'action.
- **Coaching** : On les met à l'aise. On sait diriger des débutants pour qu'ils aient l'air d'experts.

2. Tournage & Délivrance

Vitesse et efficacité.

- **Équipe Mobile** : On se déplace chez eux avec tout le matériel pro (Lumière, Son, Caméras).
- **Montage en 3 jours** : Livraison ultra-rapide pour garder le momentum.
- **Révisions** : 3 rondes de corrections incluses. (Ensuite 50\$/ronde). Pas de surprises.

STRATÉGIE "PIED DANS LA PORTE" : LE CONTRAT TEST

⚠ NOTE IMPORTANTE : Ceci est une DERNIÈRE CARTE À JOUER. Ne proposez jamais cette offre en premier. C'est un "downsell" si le client hésite trop sur l'engagement mensuel.

Le plus dur, c'est la confiance. Pour ça, on a le **Contrat Test à 400\$**.

- 5 Vidéos complètes.
- Aucun engagement mensuel.
- S'ils aiment (ils vont aimer), on signe le mensuel.
- S'ils n'aiment pas, ils partent avec 5 vidéos pro pour 400\$. C'est sans risque.

03. GESTION & PUBLICITÉ

Gestion Social Media (Organique)

Pour les clients qui n'ont pas le temps de poster.

CE QU'ON FAIT :

- Programmation des posts
- Rédaction des descriptions (copywriting)
- Optimisation des hashtags/SEO

CE QU'ON NE FAIT PAS :

- Répondre aux commentaires
- Répondre aux messages privés (DM)
- Service client

Publicité Payante (Ads)

Pour les clients qui veulent des **Leads** (Clients potentiels).

On ne laisse pas tourner une pub passivement. On est des scientifiques :

1. **Ciblage Précis** : On trouve leur client idéal.
2. **Création** : On fait des pubs qui convertissent.
3. **Optimisation Constante** : On coupe ce qui perd de l'argent, on scale ce qui en gagne.

Estimations de Résultats (Ads)

Budget Pub (Payé à Facebook/Google)	Volume de Leads Estimé*	Action Requise du Client
50\$ / jour	20 à 30 Leads / semaine	Appeler les leads sous 24h
150\$ / jour	~20 Leads / jour	Avoir une équipe de vente dédiée

*Les résultats varient selon l'industrie et l'offre. Ces chiffres sont des moyennes observées.

04. CRM & LOGICIELS (SCALE)

Une fois qu'on leur apporte des leads, leur problème devient : "Je n'arrive pas à tout gérer". C'est là qu'on vend la structure.

SETUP CRM (2 000\$)

L'outil pour ne jamais perdre d'argent bêtement.

- **Centralisation** : Tous les contacts au même endroit.
- **Automatisation** : Le client ne répond pas ? Le système lui envoie un SMS de relance automatiquement.
- **Pipeline** : Vue claire de qui est "Nouveau", "En discussion", "Clôturé".
- **Avis Google** : Demande d'avis automatique après le service.

LOGICIEL SUR MESURE (15k\$+)

Pour les entreprises qui veulent dominer leur marché.

- **ERP Complet** : Gestion des stocks, employés, facturation custom.
- **App Mobile** : Pour leurs clients ou employés.
- **Dashboard Avancé** : Statistiques en temps réel.
- **Propriété** : Ils possèdent le code. C'est un actif pour leur entreprise.

Sites Web (De 3 000\$ à 30 000\$)

On ne fait pas juste des "jolis sites". On fait des machines à convertir.

Site Vitrine (Service)

Présenter l'activité et capturer des coordonnées.

E-Commerce

Vente en ligne, gestion produits, panier.

Funnel de Vente

Page unique optimisée pour vendre UN produit spécifique.

05. PRICING & CLOSING

Grille Tarifaire Simplifiée

Service	Prix Mensuel	Prix Trimestriel (Save \$)
Organique (10 Reels)	750\$ /mois	1 700\$ (3 mois)
Ads (5 Vidéos Scriptées)	750\$ /mois	1 700\$ (3 mois)
COMBO (Org + Ads) ★	1 200\$ /mois	3 250\$ (3 mois)
Gestion Social Media (Post Only)	+450\$ /mois	+1 200\$ (3 mois)
Gestion Ads (Setup & Opti)	+250\$ /mois	-

Traitement des Objections

"On a déjà quelqu'un en interne / un neveu qui fait ça."

"C'est super. Mais est-ce que votre neveu a l'équipement cinéma, l'expérience des scripts qui vendent et l'analyse de données ? Si vous voulez des résultats professionnels, il faut une équipe professionnelle. On peut aussi travailler AVEC lui : on produit le contenu pro, il gère le quotidien."

"C'est trop cher."

"Comparé à quoi ? Un employé au salaire minimum coûte 2500\$+ par mois sans équipement. Pour 1200\$, vous avez une équipe complète, le matériel, le montage et la stratégie. C'est 50% moins cher qu'un stagiaire."

LE CLOSING

L'objectif de l'appel n'est pas d'envoyer un devis par email.

L'OBJECTIF EST DE BOOKER LA DATE DE TOURNAGE.

"Ok [Nom], on a une dispo mardi prochain ou jeudi matin. Lequel vous arrange le mieux pour qu'on vienne shooter ?"

Acompte de 50% requis pour bloquer la date (flexible si nécessaire pour closer).