

Suivre les personnes intéressées et vendre plus clairement

Un guide pratique pour ne plus perdre les demandes,

classer les personnes intéressées et relancer avec respect.

Promesse du guide

À la fin, tu sauras classer une personne intéressée, noter la bonne prochaine action, relancer avec respect, suivre les paiements et garder une vision claire de ton pipeline.

Avant de commencer

Une personne intéressée n'est pas encore une vente. Mais si tu la suis bien, elle peut devenir une vraie opportunité.

Dans le Guide 4, tu as créé une boutique et publié tes offres. Maintenant, tu dois éviter le piège le plus courant : recevoir des demandes, répondre une fois, puis oublier de suivre.

Ce guide t'aide à organiser les personnes intéressées, les conversations, les dates de relance, les montants attendus, les paiements et les prochaines actions. Le but n'est pas de mettre de la pression. Le but est de vendre plus clairement.

La méthode s'appuie sur des principes de lead management, CRM, suivi commercial, qualification, relance, relation client et rétention : capturer les contacts, qualifier l'intérêt, prioriser, nourrir la relation, suivre les actions et mesurer ce qui convertit.

Ce que tu vas apprendre

- différencier curiosité, intérêt et intention d'achat ;
- créer une fiche propre pour chaque personne importante ;
- utiliser les statuts sans confusion ;
- noter les prochaines relances ;
- écrire des messages courts et respectueux ;
- suivre les montants attendus et payés ;
- mesurer les conversions simples ;
- garder ton pipeline vivant.

1. Le vrai problème après la publication

Beaucoup de vendeurs pensent que le plus difficile est de publier. En réalité, le plus difficile commence après les premières réactions.

CE QUI ARRIVE SOUVENT

Les clients demandent le prix, les réponses se mélangent, les relances sont oubliées, les paiements restent flous, les opportunités disparaissent.

CE QU'IL FAUT CONSTRUIRE

Une méthode simple pour savoir qui est intéressé, quoi répondre, quand relancer et quelle action faire maintenant.

Le risque

Une personne peut être intéressée mais occupée, hésitante ou en attente d'une information. Si tu ne notes rien, tu confonds son silence avec un refus.

Le suivi commercial sert à reprendre la conversation au bon moment avec la bonne information.

Question rapide

Quand quelqu'un dit "je suis intéressé", sais-tu exactement où tu notes son nom, l'offre demandée, son niveau d'intérêt et la prochaine relance ? Si la réponse est non, ce guide est pour toi.

2. Ce qu'est une personne intéressée

Une personne intéressée peut venir de ta boutique, de la marketplace, de WhatsApp, Facebook, d'un groupe, d'une recommandation ou d'une conversation directe.

Les niveaux d'intérêt

Niveau	Comportement	Action
Curieux	Regarde, aime, demande une information légère.	Répondre simplement, ne pas forcer.
Tiède	Demande le prix, les détails ou la disponibilité.	Envoyer une réponse complète et noter la fiche.
Chaud	Parle de livraison, paiement, réservation ou délai.	Proposer une prochaine action précise.
Prêt	Confirme vouloir acheter ou payer.	Donner les instructions claires et suivre le paiement.

Dans CoraBiz, cette logique correspond à l'idée de statut et de niveau d'intérêt. L'objectif est de savoir qui demande simplement, qui hésite et qui doit être traité en priorité.

Erreur à éviter

Ne traite pas toutes les réponses de la même manière. Une personne qui dit "c'est joli" n'a pas le même niveau qu'une personne qui demande "comment je paie ?".

3. Créer une fiche propre

Une fiche permet de garder le contexte. Sans fiche, tu dépends de ta mémoire et de discussions dispersées.

Les informations essentielles

Information	Pourquoi c'est important
Nom complet	Savoir qui relancer.
Contact	Retrouver la conversation.
Source	Comprendre d'où vient la demande.
Offre demandée	Savoir ce qui l'intéresse.
Statut	Voir l'étape actuelle.
Niveau d'intérêt	Prioriser les efforts.
Montant attendu	Suivre le potentiel commercial.
Montant payé	Suivre ce qui reste à encaisser.
Prochaine relance	Ne pas oublier la suite.

Tu n'as pas besoin de remplir 50 champs. Tu dois surtout avoir assez d'informations pour reprendre la conversation clairement.

4. Comprendre les statuts CoraBiz

Les statuts servent à lire ton pipeline rapidement. Ils ne sont pas décoratifs. Chaque statut doit déclencher une action.

Nouveau vient d'arriver	En discussion échange en cours	À relancer suite nécessaire	Très intéressé priorité forte
Paiement promis à sécuriser	Acompte payé reste ouvert	Payé vente suivie	Perdu à clôturer

Comment utiliser les statuts

Statut	Ce que cela veut dire	Prochaine action
Nouveau	La personne vient d'arriver.	Répondre vite.
En discussion	La conversation avance.	Clarifier besoin et décision.
À relancer	La personne n'a pas répondu ou doit décider.	Programmer une relance.
Très intéressé	Intentions fortes.	Donner une action simple.
Paiement promis	La vente est presque validée.	Rappeler montant et délai.
Acompte payé	Une partie est payée.	Suivre le solde.
Payé	Vente finalisée.	Garder l'historique propre.
Perdu	La piste ne continue pas.	Noter la raison.

5. Prioriser les bonnes personnes

Toutes les personnes intéressées ne demandent pas la même énergie. Le suivi devient plus clair quand tu priorises.

Score simple

Signal	0	1	2
Besoin clair	Non	Un peu	Oui
Budget ou prix accepté	Non	Hésite	Oui
Délai proche	Non	Plus tard	Maintenant
Répond aux messages	Non	Lentement	Oui
Demande une suite précise	Non	Peut-être	Oui

Lecture du score

- **0 à 3** : curiosité ou faible priorité ;
- **4 à 6** : intérêt réel, à nourrir ;
- **7 à 10** : priorité commerciale, action rapide.

Le but n'est pas de juger les gens. Le but est de savoir où mettre ton énergie aujourd'hui.

6. Répondre après une demande

Une bonne réponse doit être rapide, claire et orientée prochaine action. Ne réponds pas seulement avec le prix.

Structure de réponse

Merci + rappel de l'offre + détails utiles + prix + prochaine action

Merci pour votre demande. L'offre concerne [nom de l'offre]. Elle contient [détails utiles]. Le prix est [prix] et [bonus/délai]. Voulez-vous que je vous confirme la disponibilité ou que je vous donne la suite pour commander ?

Exemple produit

Merci pour votre demande. Le pack parfum contient un flacon 50 ml avec mini flacon offert. Le prix est 10 000 F CFA. Il est disponible cette semaine. Voulez-vous que je vous confirme la disponibilité ?

Exemple service

Merci pour votre intérêt. Le diagnostic vous aide à clarifier votre offre : titre, prix, description et message client. La session dure 45 minutes. Voulez-vous que je vous propose un créneau ?

Une bonne réponse réduit l'hésitation. Elle donne au client une seule prochaine action, pas dix options.

7. Relancer sans harceler

La relance doit être utile. Elle rappelle le contexte, apporte une précision et propose une suite simple.

Relance après 24 heures

Bonjour [Prénom], je reviens vers vous concernant [offre]. Je vous avais envoyé les détails. Est-ce que vous voulez que je vous aide à choisir ou que je vous confirme la disponibilité ?

Relance avec précision

Bonjour [Prénom], petite précision : [bonus, délai, place, disponibilité]. Si l'offre vous intéresse toujours, je peux vous donner la suite.

Relance paiement

Bonjour [Prénom], je reviens vers vous concernant [offre]. Il reste [montant] à compléter. Je peux vous renvoyer les informations de paiement si besoin.

Relance douce

Bonjour [Prénom], je ne veux pas vous déranger. Je voulais simplement savoir si votre demande est toujours d'actualité ou si je peux clôturer de mon côté.

Évite les relances agressives, culpabilisantes ou trop fréquentes. Elles détruisent la confiance.

8. Programmer la prochaine relance

Une relance non programmée est souvent une relance oubliée. Après chaque conversation, décide immédiatement de la prochaine action.

Règle simple

Chaque fiche active doit avoir une prochaine action ou une raison de clôture.

Situation	Relance recommandée
La personne vient de demander les détails	le jour même ou dans les 24 heures
Elle hésite sur le prix	24 à 48 heures avec bénéfice ou option simple
Elle promet de payer	date précise selon accord
Elle a payé un acompte	relance selon solde ou livraison
Elle ne répond plus	2 à 3 relances maximum puis pause

Exercice

Prends 5 personnes intéressées et attribue une prochaine date.

9. Suivre les paiements sans confusion

Quand il y a un acompte, un paiement promis ou un solde restant, le suivi doit être précis. Sinon tu peux oublier de récupérer ce qui reste.

Les montants à noter

Montant	Signification
Montant attendu	Ce que la vente devrait rapporter.
Montant payé	Ce qui est déjà encaissé.
Reste à payer	Ce qui doit encore être suivi.

Exemple

Offre : pack service à 30 000 F CFA. Acompte payé : 10 000 F CFA. Reste à payer : 20 000 F CFA. Prochaine relance : vendredi avant livraison.

Message de rappel clair

Bonjour [Prénom], je reviens vers vous concernant [offre]. Nous avons déjà reçu [montant payé]. Il reste [reste à payer] à compléter pour finaliser. Voulez-vous que je vous renvoie les informations ?

Un rappel de paiement doit être factuel, court et respectueux.

10. Garder l'historique propre

L'historique évite de répéter les mêmes choses et permet de comprendre ce qui s'est passé.

Ce qu'il faut noter après une conversation

- la question principale ;
- l'objection principale ;
- la réponse donnée ;
- la décision ou l'hésitation ;
- la prochaine action ;
- la date de prochaine relance ;
- le montant attendu ou payé si nécessaire.

EXEMPLE DE NOTE

Demande reçue depuis la boutique. Intéressée par le pack parfum. A demandé disponibilité et livraison. Prix accepté. Doit confirmer vendredi. Relance prévue vendredi matin.

À éviter

- notes trop vagues : "à rappeler" ;
- aucune date ;
- montants non mis à jour ;
- statut qui ne correspond plus à la réalité ;
- prospect gardé actif alors qu'il est perdu.

11. Transformer les objections en amélioration

Une objection n'est pas toujours un refus. C'est souvent une information qui montre ce qui manque pour décider.

Objection	Ce que cela peut vouloir dire	Réponse utile
C'est cher	La valeur n'est pas assez claire.	Rappeler ce qui est inclus et proposer une option simple.
Je vais réfléchir	La personne n'est pas prête ou manque d'info.	Demander ce qui bloque.
Je ne comprends pas	Description ou offre floue.	Réexpliquer avec des mots simples.
Je n'ai pas le temps	Délai ou effort perçu trop élevé.	Proposer une prochaine étape courte.
Je connais quelqu'un d'autre	Comparaison en cours.	Mettre en avant différence et confiance.

Question à poser

Je comprends. Pour mieux vous répondre, qu'est-ce qui vous fait hésiter le plus : le prix, le délai, le contenu ou autre chose ?

Si plusieurs personnes posent la même objection, améliore l'offre ou la description. Ne fais pas seulement des réponses individuelles.

12. Mesurer ton pipeline

Un pipeline clair montre combien de personnes sont à chaque étape. Cela t'aide à savoir quoi faire aujourd'hui.

Tableau simple

Étape	Nombre	Action prioritaire
Nouveaux		Répondre vite
En discussion		Clarifier la décision
À relancer		Envoyer relance utile
Très intéressés		Proposer une action simple
Paieement promis		Sécuriser paiement
Acompte payé		Suivre solde ou livraison
Payés		Préparer suite ou fidélisation
Perdus		Comprendre pourquoi

Trois chiffres à surveiller

- **Taux de réponse** : combien répondent après ton message ;
- **Taux de demande** : combien demandent les détails ;
- **Taux de conversion** : combien passent de demande à vente.

13. Vendre plus clairement après la vente

Le suivi ne s'arrête pas toujours au paiement. Une personne satisfaite peut recommander, racheter ou acheter une offre complémentaire.

Après une vente

- 1 Confirmer** : remercier et confirmer ce qui a été payé ou livré.
- 2 Rassurer** : donner les prochaines informations utiles.
- 3 Demander un retour** : comprendre l'expérience.
- 4 Préparer la suite** : proposer une offre complémentaire seulement si elle est pertinente.

Message après vente

Merci pour votre confiance. Votre demande est bien finalisée. Si vous avez un retour après utilisation, il m'aidera à améliorer l'offre. Et si vous connaissez quelqu'un que cela peut aider, vous pouvez lui partager le lien.

La fidélisation commence par une expérience propre, pas par une promotion agressive.

14. Routine quotidienne de suivi

Le suivi devient simple quand il devient une routine courte. Tu n'as pas besoin d'y passer toute la journée.

Routine de 20 minutes

Temps	Action
5 min	Voir les nouvelles demandes et répondre aux urgentes.
5 min	Regarder les personnes à relancer aujourd'hui.
5 min	Mettre à jour les statuts et montants.
5 min	Noter les prochaines actions et questions fréquentes.

Routine hebdomadaire

- combien de nouvelles personnes intéressées ?
- combien de ventes ?
- quelles offres attirent le plus ?
- quelles objections reviennent ?
- quelles relances restent ouvertes ?
- quels paiements sont encore à suivre ?

Un vendeur qui suit 20 minutes par jour peut éviter beaucoup d'oublis.

15. Plan d'action 7 jours

Jour	Action	Résultat attendu
1	Lister toutes les personnes intéressées récentes.	Pipeline de départ.
2	Créer ou nettoyer les fiches importantes.	Informations propres.
3	Attribuer statut et niveau d'intérêt.	Priorités visibles.
4	Programmer les prochaines relances.	Aucune suite oubliée.
5	Envoyer les relances utiles.	Conversations réactivées.
6	Mettre à jour montants et paiements.	Ventes plus claires.
7	Mesurer le pipeline et améliorer une offre.	Décision business.

Action aujourd'hui

Prends 10 conversations récentes. Classe-les : nouveau, en discussion, à relancer, très intéressé, payé ou perdu. Puis choisis les 3 personnes à traiter en priorité.

16. Fiche de suivi prête à remplir

Utilise cette fiche pour reprendre une personne intéressée proprement.

Nom	
Contact	
Source	
Offre demandée	
Statut	
Niveau d'intérêt	
Montant attendu	
Montant payé	
Prochaine relance	

Note commerciale

Prochaine action exacte

17. Les erreurs à éviter

Répondre puis oublier

Une demande sans suivi peut disparaître même si la personne était intéressée.

Tout garder dans sa tête

La mémoire n'est pas un système commercial.

Relancer sans contexte

Rappelle toujours l'offre, la discussion ou l'information utile.

Garder tous les prospects actifs

Si quelqu'un n'est plus intéressé, classe-le proprement. Un pipeline faux fatigue.

Confondre silence et refus

Une personne silencieuse peut être occupée. Relance une ou deux fois avec respect, puis passe à autre chose.

Ne pas apprendre des objections

Les objections répétées indiquent souvent une offre ou une description à améliorer.

18. Fin du parcours de démarrage

Tu as maintenant les cinq bases du Centre de démarrage CoraBiz :

1. trouver quoi vendre ;
2. transformer une idée en offre ;
3. chercher les premiers clients ;
4. créer une boutique et publier ;
5. suivre les personnes intéressées et vendre plus clairement.

CE QUE CORABIZ APPORTE

CoraBiz ne remplace pas ton travail commercial. Il te donne un système pour organiser les offres, recevoir les demandes, suivre les personnes intéressées, relancer, mesurer et garder le contrôle.

Checklist finale

- ☐ Je sais reconnaître les niveaux d'intérêt
- ☐ Je crée une fiche pour chaque demande importante
- ☐ J'utilise les statuts correctement
- ☐ Je programme les prochaines relances
- ☐ Je suis les paiements et les soldes
- ☐ Je mesure mon pipeline chaque semaine

Phrase à retenir

Le business ne se perd plus quand chaque personne intéressée a une fiche, une prochaine action et une relance claire.

Sources d'inspiration et méthode

Ces références ont servi à renforcer la méthode. Le guide reste adapté au fonctionnement CoraBiz et à un usage pratique pour vendeurs, indépendants, commerçants et porteurs d'idées.

HubSpot - Lead management

Ressource utilisée pour structurer les étapes : capture, qualification, scoring, nurturing, suivi et conversion.

Shopify - Customer retention and customer profiles

Ressources utilisées pour rappeler l'importance des profils clients, des segments, des messages de suivi et de la fidélisation.

U.S. Small Business Administration - Marketing and sales

Ressource utilisée pour relier marketing, expérience client, objectifs commerciaux et suivi des ventes.

Nielsen Norman Group - clarté UX et parcours utilisateur

Ressource méthodologique utilisée pour garder les étapes lisibles, réduire la charge cognitive et guider la prochaine action.

Note : ce guide ne remplace pas les obligations légales, fiscales ou réglementaires applicables à ton activité. Avant de vendre certains produits ou services, vérifie les règles locales et les autorisations nécessaires.