



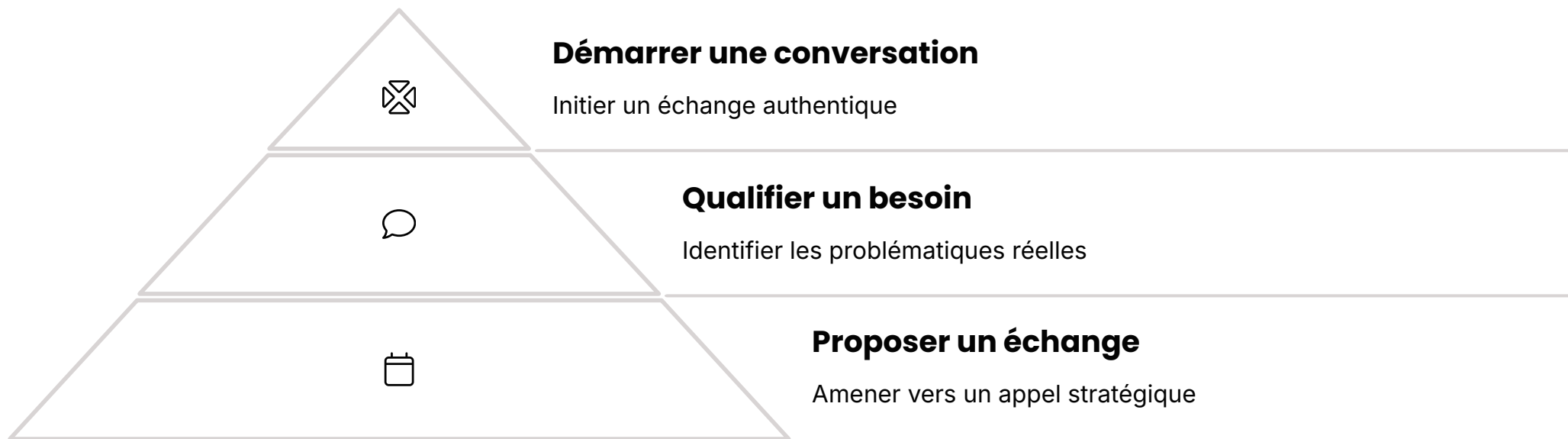
GUIDE EXPERT : Le Script DM qui Convertit

Aujourd'hui, vos contenus sur LinkedIn, Instagram ou Facebook génèrent des likes, des commentaires, des vues. Bravo. Mais soyons honnêtes : combien de clients réels en découlent ?

Le problème n'est pas la qualité de vos contenus. Le vrai levier réside dans votre **capacité à transformer une interaction passive (like, commentaire, vue) en relation réelle.**

Ce guide vous offre un **script DM éprouvé**, structuré en 3 étapes, pour initier une discussion, qualifier un besoin et proposer un échange. Utilisé correctement, ce script peut devenir l'un de vos outils d'acquisition les plus efficaces.

Objectif du guide



 Objectif : Démarrer une conversation qualifiée avec un prospect qui a liké ou commenté l'un de vos contenus pour l'amener naturellement vers un appel stratégique.

À qui s'adresse ce guide ?

Coach, consultant, formateur, expert

Professionnels proposant des services à haute valeur ajoutée et cherchant à développer leur clientèle.

En quête de clients qualifiés

Entrepreneurs souhaitant éviter la prospection à froid et privilégiant des approches plus naturelles.

Présent sur les réseaux sociaux

Créateurs de contenu frustrés par l'absence de résultats concrets malgré une présence active.

Prêt pour des conversations authentiques

Professionnels valorisant les échanges humains et naturels plutôt que les approches commerciales agressives.

 À retenir : Ce n'est pas un script pour forcer, mais un cadre pour connecter.



Le bon mindset : Connecter, pas pitcher



Curiosité > Vente directe

Le but n'est pas de vendre à tout prix. Le but est d'en apprendre davantage sur la personne. Soyez dans l'exploration, pas dans la persuasion.



Conversation > Conversion

Chaque client commence par une conversation. Ce script ne vend pas. Il ouvre la porte à un échange. La conversion viendra après, naturellement.



Valeur > Intention cachée

Si vous venez avec une vraie intention d'aider (et pas juste de closer), votre posture sera ressentie comme bienveillante, et vos messages seront perçus comme légitimes.



Authenticité > Automation

Même si vous utilisez ce script régulièrement, **ne le robotisez pas**. Ajoutez votre style, reformulez, injectez votre ton, vos expressions. Les gens ressentent le vrai.

 Avant d'envoyer un seul message, ancrez ce cadre mental pour maximiser vos chances de succès.

Étape 1 : Le message d'ouverture



Objectif : Briser la glace naturellement en rebondissant sur leur interaction

C'est ici que beaucoup échouent. Soit ils n'envoient jamais de message. Soit ils envoient un message trop commercial, du type :
« Merci pour votre like, voici mon lien Calendly pour un appel découverte.
»



La bonne approche

👉 **Script** : « Bonjour [Prénom], merci pour votre like sur mon post à propos de [sujet]. Est-ce un sujet que vous explorez en ce moment dans votre activité ? »



Ce que ce message fait bien

- Il reconnaît l'interaction sans surjouer.
- Il mentionne un contenu spécifique (personnalisation).
- Il pose une question ouverte, orientée vers l'exploration.

Exemple : « Bonjour Julien, merci pour votre like sur mon post sur le positionnement d'offre. Est-ce une réflexion que vous avez en ce moment ? »



Astuces avancées pour le message d'ouverture



Rebondir sur un commentaire

Si la personne a commenté, vous pouvez rebondir sur sa formulation : « J'ai trouvé intéressant votre point de vue sur [X]. Vous travaillez sur ce sujet actuellement ? »



Éviter l'automatisation apparente

Évitez le "bonjour, j'ai vu que vous avez liké", qui sent le message automatique.



Timing optimal

Envoyez votre message dans les 24h après l'interaction pour maximiser les chances de réponse.



Personnalisation authentique

Mentionnez un détail spécifique du profil ou du contenu pour montrer que votre approche est réfléchie.



Ces techniques vous permettront de vous démarquer et d'augmenter significativement vos taux de réponse.

Étape 2 : Qualifier sans mettre de pression



Objectif

Identifier un vrai besoin sans "forcer"



Script recommandé

« J'accompagne régulièrement des professionnels sur ce type de problématique. Est-ce un enjeu que vous cherchez à résoudre aujourd'hui ? »



Résultat attendu

Comprendre si la personne est confrontée à une vraie problématique que vous pouvez l'aider à résoudre

Le but ici est de comprendre si la personne fait juste acte de curiosité ou si elle est confrontée à une vraie problématique que vous pouvez l'aider à résoudre.

Pourquoi cette approche de qualification fonctionne

Établissement de la crédibilité

Vous montrez que vous avez de l'expérience sur ce sujet (crédibilité).

Exemple : « Je travaille justement avec plusieurs entrepreneurs qui veulent clarifier leur offre. Est-ce une étape que vous traversez en ce moment aussi ? »

Ouverture sans présupposé

Vous ne supposez rien. Vous laissez la personne s'exprimer.

Cette approche respecte le rythme du prospect et lui permet de se sentir écouté plutôt que ciblé.

Ancrage temporel

Vous ancrez le sujet dans une temporalité ("aujourd'hui"), ce qui déclenche la réflexion.

L'utilisation de marqueurs temporels comme "en ce moment" ou "actuellement" crée un sentiment d'urgence modérée.

Cette méthode de qualification douce permet d'obtenir des informations précieuses sans mettre votre interlocuteur sur la défensive.

Techniques de qualification douce



Préférez les formulations ouvertes

Utilisez des questions qui ne peuvent pas être répondues par un simple "oui" ou "non" pour encourager le développement.



Utilisez des marqueurs temporels

Les expressions comme "aujourd'hui", "en ce moment", "depuis quand" génèrent de la narration et des réponses plus détaillées.



Laissez de l'espace

Ne coupez pas trop tôt la réponse. Donnez à votre interlocuteur le temps de développer sa pensée.



Variante plus directe

« Je suis curieux : est-ce que c'est un sujet sur lequel vous cherchez un accompagnement ? »



Ces techniques vous permettront d'obtenir des informations précieuses tout en maintenant une conversation naturelle et non-intrusive.



Étape 3 : Proposer un échange sans pression

Objectif

Ouvrir vers un call, sans que la personne se sente piégée

Variante dynamique

« Je peux vous partager 2-3 clés utiles tirées de mon expérience, en 15 min chrono si vous avez un créneau. »



Script recommandé

« Si vous êtes ouvert à en discuter, je vous propose un échange rapide de 15 minutes. Je pourrais vous partager deux ou trois pistes concrètes. Qu'en dites-vous ? »

Résultat attendu

Obtenir un rendez-vous sans créer de résistance

C'est souvent ici que la peur bloque : « *Et si je proposais un call et qu'on me dit non ?* » Respirez. Si les étapes précédentes ont été bien menées, la personne **attend** presque cette proposition. À condition qu'elle soit faite correctement.

Pourquoi cette proposition d'échange fonctionne

Demande de permission

Vous demandez la permission : "Si vous êtes ouvert..."

Cette formulation respectueuse laisse le choix à votre interlocuteur et évite de créer un sentiment d'obligation.

Format court et précis

Vous proposez un format court : 15 min (pas un coaching déguisé d'1h).

Cette durée limitée rassure votre prospect sur le fait qu'il ne s'agit pas d'un appel commercial interminable.

Promesse de valeur

Vous offrez de la valeur : "pistes concrètes".

Vous montrez clairement que l'objectif de l'appel est d'apporter des solutions pratiques, ce qui justifie l'investissement en temps.

Cette approche équilibrée respecte le prospect tout en créant une opportunité d'échange professionnel mutuellement bénéfique.

3 erreurs à éviter lors de la proposition d'échange

1

Lien Calendly sans contexte

Envoyer un lien de prise de rendez-vous sans explication préalable est perçu comme impersonnel et trop direct

2

Attente passive

Ne rien proposer et attendre que l'autre fasse le premier pas réduit drastiquement vos chances de conversion

3

Impression commerciale

Donner l'impression que c'est un "call de vente" crée immédiatement de la résistance

Éviter ces pièges courants vous permettra d'augmenter significativement votre taux de conversion entre la conversation initiale et l'appel stratégique.



Timing optimal pour l'envoi du premier message

Idéal : dans les 24h après l'interaction

Pourquoi ? Parce que la mémoire est encore fraîche, le lien émotionnel est actif.

Plus vous attendez, plus la personne risque d'oublier le contexte de son interaction avec votre contenu.

À éviter : au-delà de 72h

Après trois jours, l'impact émotionnel de l'interaction s'est considérablement affaibli.

La personne pourrait ne plus se souvenir précisément de votre contenu ou de la raison de son engagement.

Moment idéal de la journée

Privilégiez les heures professionnelles (10h-12h et 14h-17h) pour maximiser vos chances d'obtenir une réponse rapide.

Évitez les lundis matin et vendredis après-midi, périodes généralement moins réactives.

Le timing est un facteur crucial dans l'efficacité de votre approche. Un message envoyé au bon moment peut faire toute la différence.

Comment relancer efficacement

Attendre le bon moment

Pas de réponse après 3 jours ? C'est le moment idéal pour une relance en douceur.

Utiliser le script de relance

👉 **Script de relance** : « Hello [Prénom], je me permets de revenir vers vous – peut-être n'avez-vous pas vu mon message. L'idée n'est pas de vous vendre quoi que ce soit, juste de vous apporter 2-3 idées utiles si le sujet est d'actualité pour vous 😊 »

Proposer une variante humaine

Variante encore plus humaine : « Je sais que les DM peuvent vite se noyer... Je voulais juste m'assurer que mon message précédent ne s'était pas perdu dans le flux ! »

Une relance bien formulée peut récupérer jusqu'à 30% de conversations supplémentaires. Ne négligez pas cette étape cruciale.

Comment gérer les différents types de réponses

Réponse positive claire

La personne dit "oui, c'est un sujet important"

Parfait. Vous pouvez passer directement à la proposition d'appel en utilisant le script de l'étape 3.

C'est le moment idéal pour concrétiser l'échange et proposer un créneau spécifique.

Réponse vague ou tiède

La personne répond vaguement ("oui un peu")

Posez une question complémentaire : « Qu'est-ce qui vous bloque le plus sur ce sujet actuellement ? »

Cette question permet d'approfondir la conversation et de mieux cerner les besoins réels.

Absence de réponse

La personne ne répond pas du tout (même après relance)

Pas grave. Elle n'est pas prête. Ne le prenez pas personnellement. Passez à la suite.

Conservez ce contact pour une approche ultérieure dans un contexte différent.

Adaptez votre stratégie en fonction du type de réponse reçue pour maximiser vos chances de conversion.

Plan d'action pour implémenter le script DM



Listez vos 10 derniers posts qui ont généré des interactions

Identifiez les contenus ayant suscité le plus d'engagement pour maximiser vos chances de succès.



Repérez les likes/commentaires de personnes dans votre cible

Concentrez-vous sur les profils correspondant à votre client idéal pour optimiser vos efforts.



Envoyez le message d'ouverture personnalisé

Adaptez le script à chaque personne en mentionnant spécifiquement le contenu avec lequel elle a interagi.



Engagez la conversation avec authenticité

Écoutez activement et répondez de manière personnalisée à chaque message reçu.



Proposez un appel quand c'est le bon moment

Attendez les signaux d'intérêt avant de suggérer un échange plus approfondi.

Ce plan d'action structuré vous permettra d'implémenter efficacement le script DM dans votre stratégie d'acquisition.

La magie vient de la constance

15

Minutes par jour

Consacrez un temps limité mais régulier à cette pratique pour maintenir la discipline sans vous surcharger

5

Messages quotidiens

Envoyez un nombre raisonnable de messages chaque jour pour garantir la qualité et la personnalisation

30

Jours consécutifs

Maintenez cette routine pendant au moins un mois pour observer des résultats significatifs

🚀 **BONUS** : La magie vient de la constance. Faites-le 15 minutes par jour. Pas plus. Mais tous les jours. « Une relation de confiance commence toujours par une vraie conversation. Ce guide vous aide à la démarrer. À vous de jouer. »

Exemples concrets de messages d'ouverture

Pour un like sur un post LinkedIn

« Bonjour Thomas, merci d'avoir liké mon article sur les stratégies de positionnement premium. Est-ce que c'est un sujet sur lequel vous travaillez actuellement dans votre activité ? »

Pour un commentaire sur Instagram

« Bonjour Marie, j'ai apprécié votre commentaire sur ma publication concernant l'automatisation du marketing. Est-ce que c'est un domaine que vous explorez en ce moment ? »

Pour une vue prolongée sur une story

« Bonjour Alexandre, j'ai remarqué que vous avez consulté ma story sur les techniques de copywriting. Est-ce un sujet qui vous intéresse particulièrement en ce moment ? »

Pour un partage de contenu

« Bonjour Céline, merci beaucoup d'avoir partagé mon post sur la création de funnels de vente. Est-ce un aspect que vous développez actuellement dans votre business ? »

Ces exemples illustrent comment adapter le script à différents types d'interactions tout en conservant la structure efficace du message d'ouverture.

Exemples de messages de qualification

Pour un coach en développement personnel

« J'accompagne régulièrement des personnes qui cherchent à surmonter leurs blocages limitants. Est-ce que c'est quelque chose qui vous préoccupe en ce moment dans votre parcours ? »

Pour un consultant en stratégie marketing

« Je travaille avec plusieurs entreprises qui cherchent à optimiser leur stratégie d'acquisition client. Est-ce un défi auquel vous êtes confronté actuellement ? »

Pour un formateur en prise de parole

« J'aide des professionnels à développer leur impact à l'oral pour leurs présentations et interventions. Est-ce une compétence que vous souhaitez renforcer aujourd'hui ? »

Ces exemples montrent comment adapter la phase de qualification à différents domaines d'expertise tout en maintenant une approche non-intrusive et centrée sur les besoins du prospect.

Exemples de propositions d'échange



Version standard

« Si vous êtes ouvert à en discuter, je vous propose un échange rapide de 15 minutes. Je pourrais vous partager deux ou trois pistes concrètes pour améliorer votre positionnement. Qu'en dites-vous ? »



Version dynamique

« Je peux vous partager 2-3 clés utiles tirées de mon expérience avec d'autres entrepreneurs, en 15 min chrono si vous avez un créneau cette semaine. Ça vous intéresse ? »



Version orientée valeur

« Si le sujet vous intéresse, je serais ravi de vous offrir un mini-diagnostic de 15 minutes pour identifier les leviers d'amélioration spécifiques à votre situation. Seriez-vous disponible en fin de semaine ? »



Version avec proposition directe

« Je pourrais vous partager quelques insights précieux en 15 minutes. J'ai des disponibilités jeudi à 10h ou vendredi à 14h. Est-ce qu'un de ces créneaux vous conviendrait ? »

Ces différentes formulations vous permettent d'adapter votre proposition d'échange en fonction du contexte et du niveau d'intérêt manifesté par votre interlocuteur.

Exemples de messages de relance

Relance standard

« Hello [Prénom], je me permets de revenir vers vous – peut-être n'avez-vous pas vu mon message. L'idée n'est pas de vous vendre quoi que ce soit, juste de vous apporter 2-3 idées utiles si le sujet est d'actualité pour vous 😊 »

Relance humaine

« Je sais que les DM peuvent vite se noyer dans le flux des notifications... Je voulais juste m'assurer que mon message précédent ne s'était pas perdu ! »

Relance avec valeur ajoutée

« Bonjour [Prénom], suite à mon précédent message, je voulais également vous partager cet article que j'ai écrit sur [sujet]. Il pourrait vous intéresser si c'est une problématique que vous explorez actuellement. »

Une relance bien formulée peut récupérer jusqu'à 30% de conversations supplémentaires. Ne négligez pas cette étape cruciale dans votre processus de conversion.

Comment adapter le script à différents réseaux sociaux

LinkedIn

Ton professionnel

- Formulation plus formelle
- Référence à l'expertise professionnelle
- Mention du secteur d'activité

Instagram

Ton conversationnel

- Style plus décontracté
- Utilisation d'emojis
- Messages plus courts

Facebook

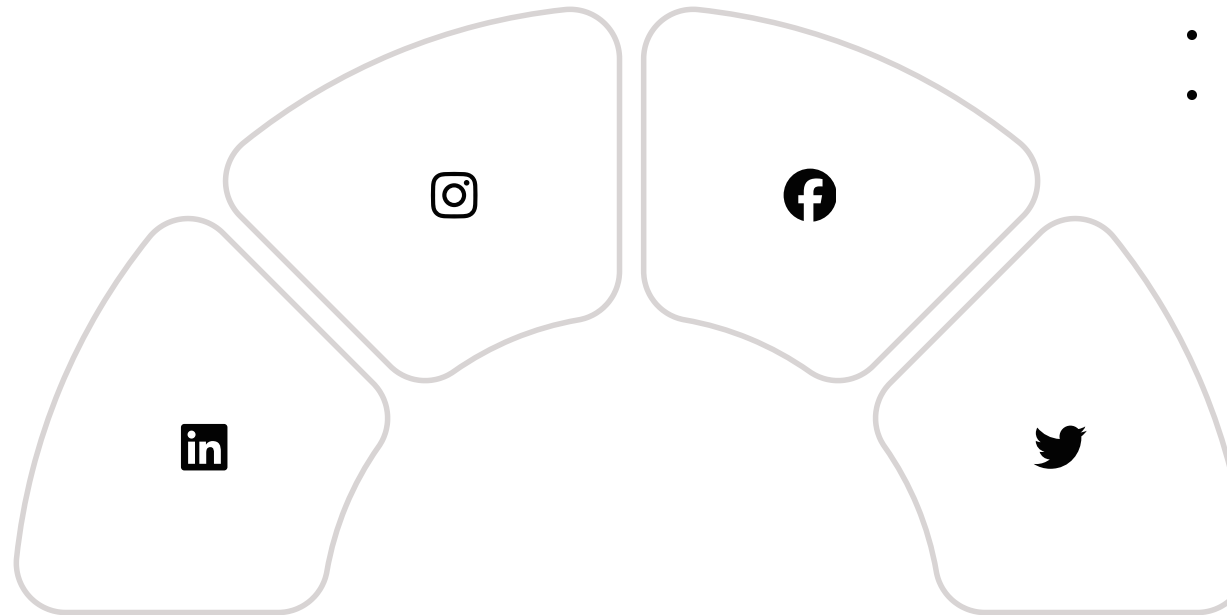
Ton équilibré

- Approche semi-formelle
- Personnalisation accrue
- Référence à des intérêts communs

Twitter

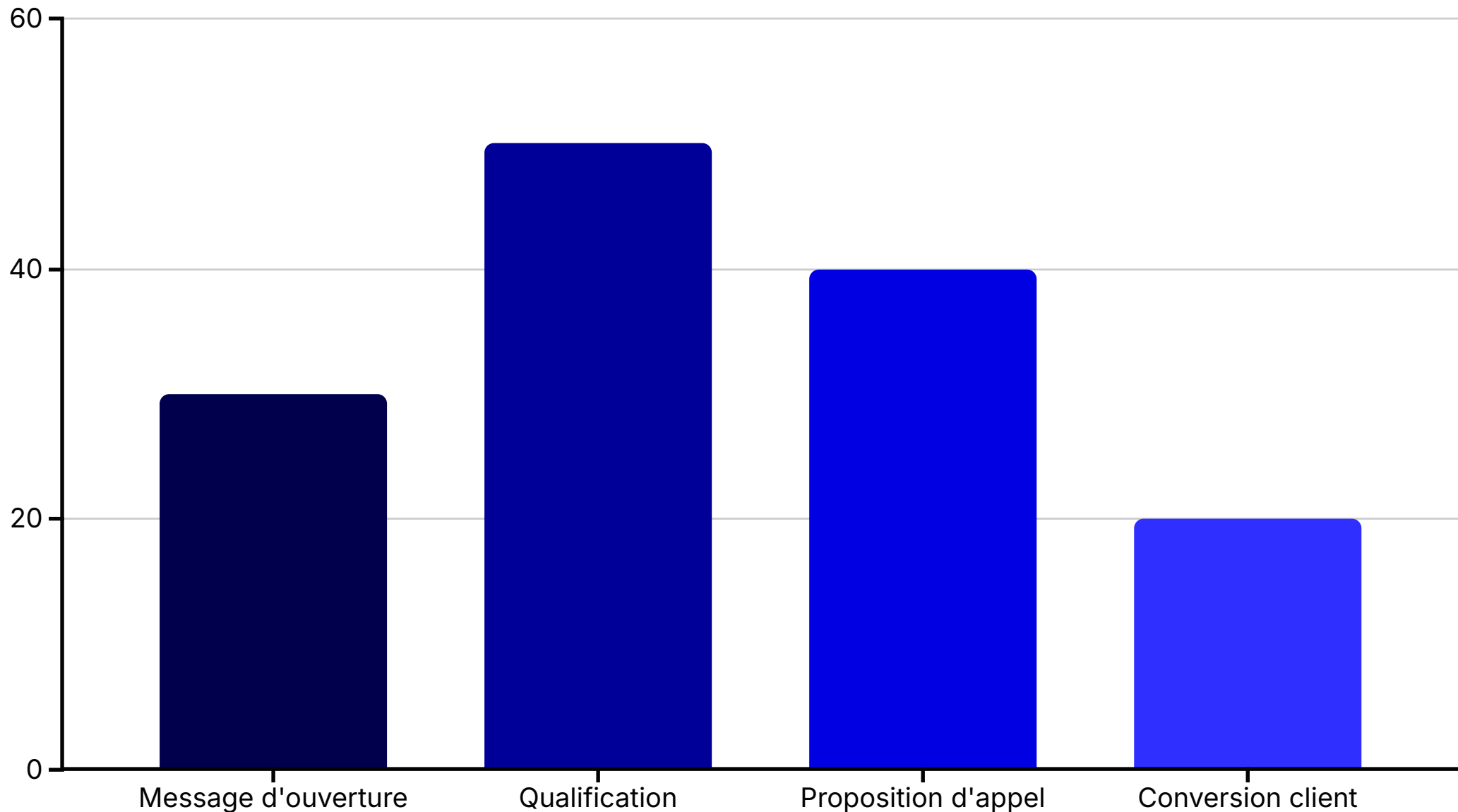
Ton direct

- Messages très concis
- Aller droit au but
- Proposition de valeur immédiate



Adaptez votre ton et votre approche en fonction de la plateforme tout en conservant la structure efficace du script DM.

Mesurer l'efficacité de votre script DM



Pour optimiser votre approche, suivez ces indicateurs clés :

- Taux de réponse au message d'ouverture (objectif : >30%)
- Taux de qualification positive (objectif : >50%)
- Taux d'acceptation des appels (objectif : >40%)
- Taux de conversion en client (objectif : >20%)

Personnaliser le script selon votre secteur d'activité



Formation et coaching

Mettez l'accent sur la transformation personnelle et les résultats concrets obtenus par vos clients précédents.



Conseil en stratégie

Insistez sur les données chiffrées et les améliorations mesurables que vous avez générées pour d'autres entreprises.



Services créatifs

Valorisez l'impact visuel et émotionnel de vos créations ainsi que leur efficacité pour atteindre les objectifs business.



Services tech et digitaux

Mettez en avant les solutions techniques innovantes et l'optimisation des processus que vous proposez.

Adaptez le vocabulaire et les exemples utilisés dans votre script en fonction de votre secteur d'activité pour maximiser sa pertinence et son impact.

Erreurs courantes à éviter dans vos messages

Être trop générique

Les messages qui semblent copiés-collés sont immédiatement repérés et ignorés. Personnalisez toujours votre approche.

Parler trop de vous

Concentrez-vous sur les besoins et les intérêts de votre interlocuteur plutôt que sur vos services ou votre expertise.

Être trop insistant

Respectez le rythme de votre prospect. Une relance est suffisante, au-delà vous risquez de créer de l'agacement.

Négliger la valeur

Chaque message doit apporter une forme de valeur, même minime, pour justifier le temps que votre interlocuteur y consacre.

Manquer d'authenticité

Les formulations trop commerciales ou artificielles créent de la méfiance. Restez naturel et humain dans vos échanges.

Oublier le suivi

Une conversation qui s'arrête brutalement laisse une impression négative. Assurez-vous de clôturer proprement chaque échange.

Éviter ces erreurs courantes vous permettra d'améliorer significativement l'efficacité de vos messages et la qualité de vos interactions.

Comment préparer l'appel stratégique

Recherchez votre interlocuteur

Consultez son profil LinkedIn, son site web et ses publications récentes pour identifier ses centres d'intérêt et ses problématiques potentielles.

Identifiez 3 points de valeur

Préparez 3 conseils ou insights concrets que vous pourrez partager pendant l'appel, même si la personne ne devient pas cliente.

Préparez une structure d'entretien

Élaborez un plan d'appel avec des questions clés et des points à aborder, tout en restant flexible pour suivre la conversation naturellement.

Clarifiez votre proposition

Définissez précisément ce que vous pourriez proposer si l'appel révèle un besoin que vous pouvez satisfaire, avec des options adaptées à différents niveaux d'engagement.

Une préparation minutieuse de l'appel stratégique vous permettra de maximiser sa valeur tant pour vous que pour votre interlocuteur.

Adapter le script à différentes cultures

Culture anglo-saxonne

Privilégiez une approche directe et pragmatique

- Allez rapidement à l'essentiel
- Mettez l'accent sur les résultats concrets
- Proposez un appel dès les premiers échanges

Culture latine

Développez davantage la relation personnelle

- Prenez le temps de créer un lien
- Montrez de l'intérêt pour la personne
- Valorisez les aspects relationnels

Culture asiatique

Adoptez une approche plus formelle et respectueuse

- Utilisez les formules de politesse appropriées
- Respectez la hiérarchie
- Privilégiez une progression plus graduelle

Adapter votre approche aux spécificités culturelles de vos interlocuteurs vous permettra d'établir une connexion plus authentique et efficace.

Automatiser sans déshumaniser



Créez une base de templates

Développez plusieurs variantes de chaque étape du script



Personnalisez systématiquement

Ajoutez toujours des éléments spécifiques à chaque interlocuteur



Planifiez des plages dédiées

Réservez des créneaux quotidiens pour vos interactions DM



Analysez et optimisez

Suivez les résultats et affinez votre approche continuellement

L'objectif n'est pas d'automatiser complètement le processus, mais de gagner en efficacité tout en préservant l'authenticité et la personnalisation de vos échanges.

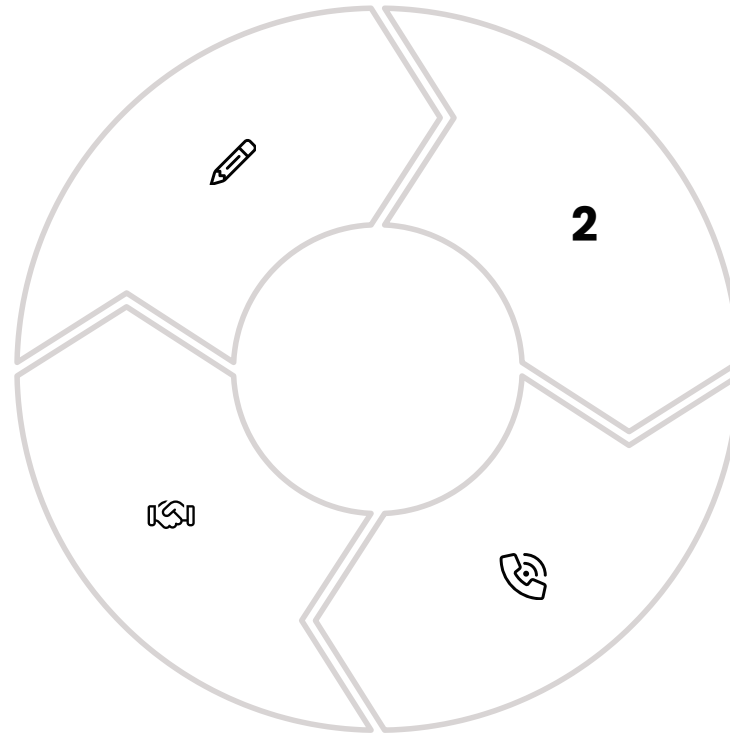
Intégrer le script DM dans votre stratégie globale

Création de contenu

Publiez régulièrement du contenu de valeur pour générer des interactions qualifiées

Relation client

Développez une relation durable et génératrice de valeur



Engagement DM

Utilisez le script pour transformer les interactions en conversations

Appel stratégique

Convertissez les conversations en opportunités concrètes

Le script DM n'est pas une tactique isolée mais un maillon essentiel dans votre chaîne de valeur. Son efficacité dépend de son intégration harmonieuse dans votre stratégie globale d'acquisition et de fidélisation.

Mot de la fin : La constance est votre alliée



Un outil puissant mais pas magique

Ce script n'est pas une formule magique. Mais il peut transformer vos DM en levier de croissance, à **condition de l'utiliser avec intention, écoute et régularité.**



15 minutes quotidiennes

Faites-le 15 minutes par jour. Pas plus. Mais tous les jours. La constance est la clé du succès dans cette approche.



L'authenticité avant tout

« Une relation de confiance commence toujours par une vraie conversation. Ce guide vous aide à la démarrer. À vous de jouer. »

Vous disposez maintenant de tous les outils nécessaires pour transformer vos interactions sociales en opportunités d'affaires concrètes. La balle est dans votre camp - commencez dès aujourd'hui à mettre en pratique ces techniques éprouvées et observez la transformation de votre processus d'acquisition client.

Bonus



Comment préparer l'appel stratégique

L'appel stratégique est le moment décisif pour concrétiser votre relation. Préparez-vous méticuleusement pour maximiser sa valeur.

R⁶

Recherchez en profondeur

Analysez le profil et l'activité récente de votre prospect avant l'appel.

⊠

Définissez vos objectifs

Établissez clairement ce que vous souhaitez accomplir durant cet échange.

?

Préparez vos questions

Formulez des questions ouvertes qui révèlent les vrais besoins.

Bénéficiez de votre appel stratégique

Vous êtes entrepreneur et vous souhaitez franchir un nouveau palier de croissance ? Profitez d'un appel stratégique offert avec Mathieu NADAL, business coach expérimenté.

En seulement 30 minutes, identifiez vos leviers de croissance, clarifiez vos priorités et repartez avec des actions concrètes pour propulser votre entreprise.

Flashez le QR CODE et réservez votre appel !

Ou prenez rendez-vous sur :

<https://mathieunadal.com/coaching-entrepreneur-offert/>

