

Mon closing en gestion de fortune

Auto-diagnostic à compléter avant l'atelier.

Durée estimée : 15 à 20 minutes · À apporter le jour de la session.

AVANT DE COMMENCER

À quoi sert ce document

Vendre en gestion de fortune, ce n'est pas placer un produit. C'est aider un client exigeant à décider sereinement : un particulier fortuné entouré de ses conseils, un family office qui répond devant une famille, une banque privée tenue par ses process. Le « closing » n'y est jamais une pression : c'est l'art de clarifier la décision et de la faire avancer sur un dossier concret.

Ce diagnostic n'est pas un test. C'est un miroir. Il vous fait regarder vos derniers rendez-vous réels et votre manière d'engager, pour arriver à l'atelier avec votre matière, et non avec de la théorie.

LES RÈGLES DU JEU

Personne ne le remplira à votre place et personne ne le notera : sa seule valeur est votre honnêteté. Il n'y a pas de bonne réponse, seulement votre réalité du moment. Vous re-scorez la Partie 3 en fin d'atelier : ce document mesure aussi votre progression.

Comment l'utiliser

- Réservez 20 minutes au calme, sans interruption.
- Répondez avec vos derniers rendez-vous réels en tête, pas avec vos intentions.
- Reportez vos scores dans la synthèse de la dernière page.
- Apportez le document complété le jour de la session.

Ce que vous travaillez ici en cinq temps : vos faits de départ et votre mix clients par segment, vos « oui mous », votre manière d'engager (scorée), votre frein intérieur, puis votre objectif personnel pour la demi-journée.

Ma photo de départ

Avant toute technique, les faits. Renseignez ce que vous savez, précisément. Les chiffres vous appartiennent ; ils ne seront pas collectés.

Indicateur	
Clients dans mon portefeuille, tous segments confondus	
...dont actifs (au moins un placement sur 6 mois)	
...dont dormants ou jamais activés	
Rendez-vous réalisés sur les 3 derniers mois	
...ayant débouché sur au moins un dossier / une souscription	
Mon taux de transformation approximatif (RDV → dossier)	%
Cycle moyen : 1 ^{er} intérêt exprimé → 1 ^{re} souscription	
Collecte / volume sur la période (montant ou ordre de grandeur)	

POINT DE VIGILANCE

Si vous ne connaissez pas certains de ces chiffres, ne les inventez pas : écrivez « je ne sais pas ». C'est déjà un résultat de votre diagnostic : un commercial qui ne mesure pas sa transformation pilote à l'aveugle.

Mon mix clients par segment

Vous vendez à trois profils très différents. Estimez le poids de chacun dans votre activité, et votre aisance à le closer. Votre perception suffit : aucun calcul savant.

Échelle d'aisance : 0 = très mal à l'aise • 1 = inégal • 2 = plutôt à l'aise • 3 = parfaitement à l'aise

Segment	Aisance (0-3)
Particulier fortuné (sportif, dirigeant)	%
Family office	%
Banque privée	%

Le segment où je suis le moins à l'aise :

Ce qui me bloque avec ce profil :

Le miroir des « oui mous »

Un « oui mou », c'est un rendez-vous qui s'est bien passé mais qui n'a rien engagé : « envoie-moi la doc », « très intéressant », « je reviens vers toi ». Votre client n'a rien refusé, et n'a rien décidé.

Identifiez deux deals fantômes réels : un intérêt sincère, jamais transformé. Vous les retravaillerez en atelier.

Deal fantôme n°1

Le client (initiales ou type) :

Ce qui s'est passé, l'intérêt qu'il a exprimé :

La dernière phrase qu'il m'a dite (entre guillemets) :

Mon hypothèse : pourquoi ça n'a pas converti :

Ai-je demandé explicitement un engagement ? ☐ Oui ☐ Non | Y a-t-il eu un prochain engagement clair ? ☐ Oui ☐ Non

Deal fantôme n°2

Le client (initiales ou type) :

Ce qui s'est passé, l'intérêt qu'il a exprimé :

La dernière phrase qu'il m'a dite (entre guillemets) :

Mon hypothèse : pourquoi ça n'a pas converti :

Ai-je demandé explicitement un engagement ? ☐ Oui ☐ Non | Y a-t-il eu un prochain engagement clair ? ☐ Oui ☐ Non

PARTIE 3

Ma manière d'engager

Voici le cœur du diagnostic. Pour chaque affirmation, notez votre réalité comportementale, pas votre intention.

Échelle : 0 = Jamais • 1 = Parfois • 2 = Souvent • 3 = Systématiquement

A. Qualifier l'engagement

N°	Affirmation : pensez à vos derniers rendez-vous	Score 0-3
A1	Je sais qui décide réellement, au-delà de mon interlocuteur (entourage, comité, process).	
A2	À mes rendez-vous, j'identifie un dossier concret et nommé, pas « ses clients » en général.	
A3	Je connais l'échéance ou le déclencheur concret de la décision.	
Sous-total • Qualifier l'engagement		/ 9

B. Oser demander : la posture

N°	Affirmation : pensez à vos derniers rendez-vous	Score 0-3
B1	À mon dernier rendez-vous, j'ai demandé explicitement un engagement.	
B2	Je n'évite pas la question de l'engagement par peur de « braquer ».	
B3	Je propose moi-même le prochain pas plutôt que de le laisser à mon client.	
Sous-total • Oser demander : la posture		/ 9

C. Construire l'escalier d'engagement

N°	Affirmation : pensez à vos derniers rendez-vous	Score 0-3
C1	Je propose un test ou un premier dossier plutôt qu'un grand « oui ».	
C2	Je séquence en petits engagements au lieu de « j'envoie la doc ».	
C3	Je transforme un oui de principe en action concrète, avec une date.	
Sous-total • Construire l'escalier d'engagement		/ 9

D. Parler la valeur du client

N°	Affirmation : pensez à vos derniers rendez-vous	Score 0-3
D1	Je parle d'abord de ce que ça change pour lui (sécurité, temps ou tranquillité selon le profil), avant le produit.	
D2	J'adapte mon discours au profil : particulier fortuné, family office ou banque privée.	
D3	Je réponds à la question des frais ou de la rétro sans survendre ni me justifier.	
Sous-total • Parler la valeur du client		/ 9

E. Verrouiller et sécuriser

N°	Affirmation : pensez à vos derniers rendez-vous	Score 0-3
E1	Je termine chaque rendez-vous par un prochain engagement clair, avec qui fait quoi.	
E2	Je relance de façon proactive, je ne « laisse pas revenir vers moi ».	
E3	Je sécurise la souscription jusqu'à la collecte (pièces, conformité, SAV).	
Sous-total • Verrouiller et sécuriser		/ 9

PARTIE 4

Mon frein intérieur

Le closing rate rarement par manque de technique. Il bute souvent sur une croyance. Soyez franc avec vous-même.

Qu'est-ce qui m'empêche, parfois, de demander clairement l'engagement ?

- ☐ La peur de braquer mon client ou d'abîmer la relation.
- ☐ « Ce n'est pas le bon moment. »
- ☐ Je préfère qu'il vienne de lui-même.
- ☐ Je ne veux pas paraître insistant ou « vendeur ».
- ☐ Je n'y pense tout simplement pas sur le moment.
- ☐ Autre : _____

En une phrase, la croyance qui me retient :

Mon objectif pour la demi-journée

Un objectif clair en amont rend l'atelier deux fois plus utile. Formulez le vôtre.

À l'issue de l'atelier, je veux être capable de :

Le « oui mou » que je veux absolument convertir après cette session :

MA SYNTHÈSE

À apporter le jour J

Reportez ici vos cinq sous-totaux, puis calculez votre total. Conservez cette page : vous la complétez à nouveau en clôture.

1. Mes scores par dimension

A · Qualifier l'engagement	/ 9
B · Oser demander : la posture	/ 9
C · Construire l'escalier d'engagement	/ 9
D · Parler la valeur du client	/ 9
E · Verrouiller et sécuriser	/ 9
TOTAL	/ 45

2. Mon profil de départ

Cochez la tranche correspondant à votre total. Ce profil n'est pas un verdict : c'est un point de départ.

☐ **0 à 20 — « Le semeur »** : vous générez de l'intérêt mais peu d'engagements concrets. Votre gisement n°1 : oser demander et verrouiller.

☐ **21 à 32 — « Le partenaire courtois »** : vous qualifiez et créez de la relation, mais laissez filer des « oui mous ». Votre gisement : l'escalier d'engagement et le prochain engagement clair.

☐ **33 à 45 — « Le closer-partenaire »** : pratique solide et installée. L'atelier servira à systématiser vos réflexes et à transmettre à vos pairs.

Mon axe prioritaire (ma dimension la plus basse) :

Mon segment le plus difficile à closer :

3. Visualiser mon profil

Schéma • Radar des 5 dimensions

Reportez vos 5 sous-totaux sur les axes A à E pour dessiner votre profil et repérer d'un coup d'œil votre point fort et votre angle mort.

Le travail commence là

Ce diagnostic n'a de valeur que dans la suite : vous arrivez avec vos chiffres, vos « oui mous » et votre angle mort identifié.

CE QU'IL FAUT RETENIR

On ne perd pas au closing : on perd à la qualification, à la posture, et au prochain pas qu'on n'a pas verrouillé. Demander n'est pas pousser : c'est faciliter la décision de votre client.

CE QU'IL FAUT FAIRE MAINTENANT

① Complétez les 5 parties honnêtement et reportez vos scores. ② Choisissez LE « oui mou » que vous voulez convertir après l'atelier. ③ Apportez ce document : c'est votre matériel de travail du jour.