

— LE GUIDE GRATUIT

Les 6 étapes pour vendre sur WhatsApp

De l'inconnu au client fidèle : ce que tu fais déjà, et ce qui te manque.

Guide gratuit • 5 minutes



Avant de commencer

Tu as sûrement déjà vécu ça : quelqu'un t'écrit sur WhatsApp, pose une question, tu réponds... et il disparaît. Tu te dis « il n'était pas sérieux ». Souvent, ce n'est pas vrai. Il était intéressé. Tu n'as simplement pas fait la suite.

Vendre sur WhatsApp, ce n'est pas répondre aux messages. C'est suivre **six étapes**, dans l'ordre. La plupart des vendeurs en font deux, attirer et répondre, et laissent de l'argent partir tous les jours. Les grandes sociétés comme Orange ou MTN suivent ces six étapes, et elles sont à ta portée : aucune n'exige un gros budget.

Ce guide te les explique simplement. À chaque étape, tu verras :

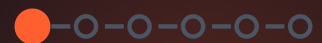
- ce que c'est, en une phrase ;
- pourquoi c'est important (et ce que ça te coûte de la sauter) ;
- l'erreur que presque tout le monde fait ;
- ce que tu peux faire dès aujourd'hui.

À la fin, tu sauras combien d'étapes tu appliques vraiment. Je pense que tu vas être surpris.



ÉTAPE 1 SUR 6

Attirer



L'idée en une ligne : faire venir des inconnus sur ton WhatsApp, pas seulement sur tes réseaux sociaux.

Pourquoi c'est important. Une page Facebook avec 5 000 abonnés, ce sont des gens qui regardent. Un WhatsApp avec des gens qui t'écrivent, ce sont des gens qui parlent affaires. Le jour où une personne ouvre une discussion avec toi, tu peux répondre, comprendre, relancer. Sur Facebook, tu attends que l'algorithme te montre.

Tu as plusieurs portes d'entrée : une publicité Facebook ou Instagram qui ouvre directement WhatsApp, un lien avec un message déjà écrit, un code QR sur ta boutique, un bouton sur ton site, un mot à écrire en commentaire pour recevoir un document, ou un client satisfait qui te recommande.

L'erreur que presque tout le monde fait. Poster, poster, poster... sans jamais dire « écris-moi sur WhatsApp ». Le client ne sait pas où te joindre, ou il doit chercher ton numéro dans une description.

 Ton action aujourd'hui.

Choisis UNE porte d'entrée et mets-la en place cette semaine. Une seule. La plus simple : un lien WhatsApp avec un message déjà écrit dans ta bio.

 Exemple.

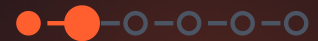
Une vendeuse de cosmétiques met dans sa bio : « Écris-moi « PEAU » sur WhatsApp, je t'envoie le conseil adapté à ta peau. » Elle ne vend pas encore. Elle ouvre la discussion.

 Attention.

On n'écrit pas à des gens qui ne t'ont rien demandé. Sur WhatsApp, un message non désiré peut faire signaler ton numéro, et un numéro signalé trop souvent peut être bloqué. Les entrées volontaires (pub, QR, lien, mot-clé) sont les plus sûres.

ÉTAPE 2 SUR 6

2 Répondre



L'idée en une ligne : donner toutes les informations sur ton produit ou ton service, de façon si détaillée que le client n'a plus envie de poser de questions.

Pourquoi c'est important. Le client qui t'écrit compare. Il a peut-être trois autres vendeurs ouverts dans sa liste de discussions. Celui qui répond vite, clairement et complètement gagne souvent la vente, pas forcément celui qui est le moins cher. Chaque question que le client doit te poser, c'est un petit effort. Et chaque effort est une chance qu'il abandonne.

L'erreur que presque tout le monde fait. Répondre juste « 5 000 ». Le client demande « c'est livré où ? », tu réponds une heure plus tard, il demande « comment je paie ? », tu réponds le soir... Au bout de la quatrième question, il est parti.

Ce qu'il faut envoyer. Une réponse complète : ce que c'est, pour qui, le prix, une preuve (photo, avis, vidéo), comment payer, comment il reçoit, en combien de temps. Écris une fois, enregistrée dans tes réponses rapides, envoyée en 10 secondes.

 Ton action aujourd'hui.

Écris ta réponse complète pour ton produit le plus demandé. Garde-la dans les notes de ton téléphone en attendant de la mettre en réponse rapide.

 Exemple.

Un traiteur reçoit « Vous faites des plateaux pour 30 personnes ? ». Au lieu de « oui », il envoie : le menu, le prix du plateau, l'acompte demandé, le délai de commande, la zone de livraison et une photo d'un plateau réel. Le client n'a plus rien à demander.

Découvre l'e-book : **plus de 50 messages à copier-coller**



L'idée en une ligne : savoir ce que le client veut vraiment, et s'il est prêt à acheter. S'il n'est pas prêt, obtenir **la date** à laquelle il le sera.

Pourquoi c'est important. Tous les clients ne sont pas au même moment. Certains veulent payer aujourd'hui. D'autres veulent « réfléchir », attendre la fin du mois, en parler à leur mari ou à leur femme. Si tu traites tout le monde pareil, tu pousses ceux qui ne sont pas prêts (ils fuient) et tu oublies ceux qui le seront bientôt (ils vont acheter ailleurs).

La question qui change tout : « **Quand est-ce que vous serez prêt(e) ?** » Une date, même approximative, c'est la clé de l'étape suivante.

L'erreur que presque tout le monde fait. Entendre « je vais réfléchir », répondre « d'accord, n'hésitez pas », et ne plus jamais y penser. Tu n'as ni compris ce qui bloque, ni obtenu de date.

🎯 **Ton action aujourd'hui.**

Prépare trois questions courtes à poser après ta réponse complète : ce qu'il cherche, pour quand, et ce qui pourrait l'empêcher de décider. Et une phrase pour demander la date.

📅 **Exemple.**

Une cliente demande le prix d'une formation en ligne. Après la réponse complète, tu écris : « Vous voulez commencer cette semaine ou plus tard dans le mois ? » Elle répond : « À la fin du mois, quand je reçois mon salaire. » Tu viens de gagner une date : le 30.

L'idée en une ligne : revenir vers le client à la date qu'il t'a donnée, avec un message qui l'aide à décider.

C'est l'étape que beaucoup de personnes manquent. Et c'est là que l'argent dort.

Pourquoi c'est important. Un « je vais réfléchir » n'est pas un « non ». La vie reprend le dessus : le client oublie, un autre problème passe devant, le message se perd dans la liste. Si tu ne reviens pas, personne ne le fera à ta place. La relance, c'est simplement t'occuper de quelqu'un qui t'a déjà montré de l'intérêt.

La règle : au moins trois relances, de trois façons différentes, avec trois messages différents.

Pas trois fois « Bonjour, vous avez réfléchi ? ». Par exemple : un rappel simple à la date prévue, puis une preuve ou une nouvelle information, puis un dernier message poli qui laisse la porte ouverte. Chaque message apporte quelque chose de neuf.

Pour qui ? Seulement pour un prospect qui a déjà eu une interaction après ton premier message. Quelqu'un qui t'a répondu, posé une question, demandé un prix. Pas pour un inconnu à qui tu n'as jamais parlé : ça, c'est du spam, et ça peut te faire bloquer.

L'erreur que presque tout le monde fait. Soit ne jamais relancer (de peur de déranger), soit relancer avec le même message trois fois (ça agace). Les deux font perdre la vente.

🎯 Ton action aujourd'hui.

Ouvre ta liste de discussions. Retrouve cinq personnes qui t'ont demandé un prix ces trois dernières semaines sans acheter. Envoie-leur un message qui apporte quelque chose de neuf. Compte combien répondent.

📁 Exemple.

Une coiffeuse a une cliente qui voulait des tresses « pour le mariage de sa cousine, dans trois semaines ». Elle note la date. Elle la relance 10 jours avant (« les créneaux du week-end du mariage partent vite »), puis une photo d'un résultat, puis un dernier message la veille de la date limite pour réserver.



The screenshot shows a WhatsApp chat with 'Mélanie' (ML, en ligne, compte pro). It highlights three messages and the actions taken after each:

- Message 1:** 'Bonjour Mélanie, vous m'aviez dit de revenir le 30. On y est ! Prête à démarrer ?' (09:00). Action: '+ 3 jours'.
- Message 2:** 'Je pense à vous. Voici le retour d'une élève qui avait la même hésitation.' (10:30, includes a 0:18 audio clip). Action: '+ 5 jours'.
- Message 3:** 'Dernier petit message : je vous garde la place jusqu'à vendredi. Oui ou non ?' (09:00).

3 RELANCES, 3 FAÇONS, 3 MESSAGES

- 1 R1, le rappel :** on reprend là où vous vous étiez arrêtés.
- 2 R2, la preuve :** un retour réel, une photo ou un petit vocal.
- 3 R3, la décision :** une question simple, une porte de sortie polie.

Découvre l'e-book : **plus de 50 messages à copier-coller**



5 Livrer

ÉTAPE 5 SUR 6



L'idée en une ligne : donner au client ce qu'il a payé (un lien ou un produit physique) et l'enregistrer comme **client** dans ta base de données.

Pourquoi c'est important. La vente n'est pas finie quand l'argent arrive. Elle est finie quand le client a bien reçu et qu'il est content. Une livraison claire, annoncée, avec un suivi, fait qu'il te recommande. Une livraison floue fait qu'il se plaint.

Et l'enregistrement est ce que beaucoup oublient. Un client qui a payé n'est plus un simple contact : il doit être dans ta liste de clients, avec son nom, ce qu'il a acheté et la date. Sans ça, tu ne peux pas passer à l'étape 6.

L'erreur que presque tout le monde fait. Livrer, dire « merci » et passer au suivant, sans noter qui a acheté quoi. Trois mois plus tard, tu ne sais plus à qui écrire.

🎯 **Ton action aujourd'hui.**

Crée une étiquette « Client » dans WhatsApp Business, ou un simple tableau (nom, produit, date, prix). Ajoute-y tes cinq derniers acheteurs.

📁 **Exemple.**

Une vendeuse de friperie envoie un colis par agence. Elle envoie à la cliente le numéro de l'agence, le nom du retrait, l'heure estimée, puis le lendemain : « Votre colis est arrivé ? » Elle note la cliente dans « Client ».

ÉTAPE 6 SUR 6 **Fidéliser**



L'idée en une ligne : revenir vers le client environ un mois après son achat, pour le remercier ou lui proposer une autre offre.

Pourquoi c'est important. Convertir un client qui t'a déjà acheté coûte moins cher que convaincre un nouveau client qui doit refaire toutes les étapes. Il te connaît, il t'a fait confiance, il sait que tu livres. Pas besoin de pub, pas besoin de tout expliquer. Un message suffit.

Un client fidèle est aussi celui qui te recommande, et recommander, c'est ta meilleure porte d'entrée (retour à l'étape 1).

L'erreur que presque tout le monde fait. Ne jamais recontacter les anciens clients. On dépense en publicité pour trouver des inconnus, alors que 20 ou 30 clients satisfaits attendent peut-être un message.

🎯 **Ton action aujourd'hui.**

Prends tes dix derniers clients. Écris-leur un message : un merci sincère, une question (« tout va bien avec votre achat ? ») et, seulement si ça a du sens, une nouvelle offre.

📁 **Exemple.**

Un vendeur de pagnes écrit à ses clientes 30 jours après : « Bonjour {prénom}, j'espère que votre tenue a eu du succès. Nouvelle collection arrivée cette semaine, je vous envoie les photos ? »

Le test : combien d'étapes appliques-tu ?

Compte honnêtement.

- 1 J'ai au moins une porte d'entrée vers mon WhatsApp.
- 2 Mes clients reçoivent une réponse complète, vite.
- 3 Je demande ce qu'ils veulent et pour quand.
- 4 Je relance au moins trois fois ceux qui m'ont répondu.
- 5 Je livre clairement et j'enregistre l'acheteur comme client.
- 6 Je recontacte mes clients environ un mois après.

Si tu as coché moins de six, tu sais maintenant où part ton argent.



Mon test



1 Attirer



2 Répondre



3 Comprendre



4 Relancer



5 Livrer



6 Fidéliser

Nombre d'étapes que j'applique

___ / 6

Et maintenant ?

Ce guide t'explique **quoi faire**. Mais quand tu es devant ton téléphone, avec un client qui hésite, ce qu'il te faut, ce sont **les mots exacts**.

C'est pour ça que j'ai écrit l'e-book « **Vendre sur WhatsApp** ». Dedans, tu trouves :

- les 6 étapes en détail, avec des cas concrets (boutique, coiffure, traiteur, formation, immobilier...) ;
- plus de 50 messages prêts à copier-coller : premier message, réponse complète, relance chaude, relance froide, réponse aux objections (« c'est cher », « je vais réfléchir »), livraison, merci, nouvelle offre ;
- les 3 séquences de relance complètes (3 messages, 3 façons) ;
- comment bien configurer WhatsApp Business en 30 minutes (profil, catalogue, réponses rapides, étiquettes) ;
- comment automatiser sans perdre l'humain ;
- les 12 erreurs qui font perdre des clients ;
- un plan d'action sur 7 jours.

C'est un livre vivant : chaque fois que je publie une nouvelle vidéo sur le sujet, un chapitre est ajouté. **Tu le reçois gratuitement, les mises à jour comprises.**

Prix de lancement : 1 990 FCFA (au lieu de 10 000 FCFA). Livré après paiement.

Si une seule relance te ramène un client, l'e-book est déjà rentabilisé.

Pour le recevoir :

- Va sur : <https://konnofuente.com/ebooks/vendre-sur-whatsapp/>
- Ou écris-moi sur WhatsApp au **+237 651 07 50 74** avec le message : « **Je veux l'e-book Vendre sur WhatsApp** ».

Si tu veux relire ce guide : <https://konnofuente.com/ebooks/vendre-sur-whatsapp/>

Konno Fuente

POUR ALLER PLUS LOIN

Vendre sur WhatsApp, l'e-book



-  Les 6 étapes en détail, pas à pas
-  Des cas concrets : boutique, coiffure, traiteur, formation, immobilier
-  Plus de 50 messages à copier-coller
-  Mises à jour gratuites

Prix de lancement : **1 990 FCFA** ~~40 000 FCFA~~

Voir l'e-book →

<https://konnofuente.com/ebooks/vendre-sur-whatsapp/>