

Comment Vendre son Premier Agent IA (Pour de Vrai)

La vraie vente d'un agent IA repose sur trois piliers : un périmètre utile, des critères d'acceptation clairs et une démo qui soulage le quotidien. Ce guide propose une trajectoire courte et réaliste pour transformer la curiosité en un projet payant.





De la Magie au Résultat Concret

Vendre un Raccourci Crédible

Personne n'achète un "agent magique". Les clients achètent un raccourci crédible vers un résultat proche et mesurable. Notre objectif est de transformer une curiosité en un projet payé.

Le Terrain Idéal

Le meilleur client est une PME avec des problèmes clairs (tâches répétitives) et une équipe ouverte au progrès incrémental. L'IA doit créer une solution, pas remplacer tout le monde.



Le Premier Appel : Écouter et Quantifier

Le premier appel est un moment de vérité, pas un pitch technique. Il faut écouter, quantifier le problème et chercher le chemin le plus court vers un effet utile.



Identifier la Douleur

Cherchez les phrases clés : « On répond trop lentement » ou « On perd du temps à qualifier des prospects ».



Explorer sans S'éparpiller

Demandez des exemples concrets, des captures, des messages types. Validez l'état d'esprit : l'équipe doit croire au progrès incrémental.

Clôturer le Premier Call : La Promesse Simple

La fin du call doit être nette. Reformulez l'engagement en une phrase simple et posez les bases d'une proposition courte et payante.

Reformulation Simple

Exemple : « Dans quinze jours, votre équipe reçoit une réponse propre aux questions récurrentes. Pas un robot savant, juste un assistant discipliné. »

Proposition Cadrée

Annoncez une proposition courte, payable, avec un périmètre réduit. Évitez les semaines d'avant-vente gratuites.

Le Second Appel : Vérification et Alignement

Le second call sert à confirmer la faisabilité du premier morceau. Ne vous dispersez pas sur plusieurs chantiers.



Cadrage du Problème

Le problème est-il assez bien défini pour être mesuré ?



Résultat Visible

Le résultat cible est-il visible et reconnu par l'équipe ?



Accès aux Données

Les données et les accès nécessaires existent-ils réellement ?



Compatibilité Logicielle

Le logiciel maison accepte-t-il d'être relié sans acrobatie ?

La Proposition : Clarté et Garde-Fous

La proposition est un engagement sobre, pas une plaquette commerciale. Une page suffit, détaillant ce qui est inclus et ce qui ne l'est pas.

- Problème, objectif, livrable, date, prix.
- Ce qui n'est **pas** inclus (le périmètre est la pièce maîtresse).
- Prix simple : temps estimé + taux + marge + coussin de retard.
- Conditions de paiement : acompte au démarrage, solde à la mise en ligne.

Les clients signent la clarté plus vite que l'éloquence. Montrez-vous comme un allié sérieux qui sait dire oui et non.



Stratégie de Livraison : Construire Petit

L'objectif est de livrer un agent fiable et compréhensible, pas un chef-d'œuvre. La construction doit être orientée vers la livraison et non l'impression.



Assembler pour Livrer

Assurez-vous d'un déclencheur fiable, d'un traitement robuste et d'une sortie que l'équipe reconnaît.



Garder des Traces

Captez les erreurs et acceptez que la première version soit rugueuse, tant qu'elle est fiable.



Tester Vrai

Testez sur quelques cas réels, choisis avec soin, pour observer et corriger rapidement.

Le Moment Clé : La Démonstration

La démo doit ressembler au quotidien du client, pas à une bande-annonce. C'est le moment où la vente est quasiment terminée.



Vous montrez calmement ce qui s'est passé, où on le voit, et ce que ça change pour le client. L'agent fait son travail, la réponse est propre, la trace est visible, l'équipe sourit.

Si l'agent est un **collègue fiable**, la confiance est établie.

Après la Mise en Ligne : Facturation et Suivi

Une fois la mise en ligne validée, facturez ce qui était convenu. Le suivi doit être sobre et axé sur l'impact observé.



Facturer sans Surprise

Envoyez la facture convenue et une courte note récapitulant l'impact observé.



Entretien de Suivi

Proposez un entretien une semaine plus tard pour constater ce qui a tenu, ce qui a coïncé, et ce qu'il faut ajuster.



La Continuité

La suite vient naturellement : contrat d'accompagnement léger ou second périmètre.