CONSULTANTS FINANCE · MANAGERS DE TRANSITION

LE GUIDE DE LA SOUTENANCE CLIENT

Convaincre par son expertise.
Créer la confiance par sa posture.

AVANT
Préparer le rendez-vous

→

PENDANT
Mener l'échange

→

APRÈS
Assurer le suivi

Le principe à retenir

Le client ne choisit pas seulement une compétence ou une expertise technique. Il choisit aussi **quelqu'un avec qui il a envie de travailler en confiance.**

Votre objectif

Montrer au client que vous avez compris son contexte, que vous avez des réponses à ses enjeux et que vous saurez construire avec lui une collaboration solide.

À qui s'adresse ce guide ?

Aux consultants finance et managers de transition qui préparent une soutenance client, en présentiel comme en visioconférence.

> **Une soutenance réussie se prépare en amont, se joue pendant l'échange et se prolonge après le rendez-vous.**

01 COMPRENDRE

Une soutenance n'est pas un entretien d'embauche

La soutenance est un premier rendez-vous entre un client et l'intervenant pressenti pour une mission de conseil ou de management de transition. Elle dure en général **45 minutes à 1 heure**, sur place ou en visioconférence.

Ce que le client cherche à vérifier

- **Votre compréhension du besoin :** avez-vous saisi le contexte, les priorités, les contraintes et les résultats attendus ?
- **Votre crédibilité :** votre expérience correspond-elle vraiment à la mission ?
- **Votre méthode :** savez-vous expliquer comment vous allez vous organiser et obtenir des résultats ?
- **Votre posture :** êtes-vous à l'écoute, clair, fiable et à l'aise pour rejoindre une équipe ?
- **La relation :** arrive-t-il à s'imaginer travailler avec vous ?

Les six objectifs à garder en tête

1. **Comprendre :** cerner le contexte, la mission, les urgences, les contraintes et ce qui fera la réussite de la mission.
2. **Se présenter :** raconter un parcours cohérent en mettant en avant les expériences utiles à la mission.
3. **Convaincre :** appuyer chaque compétence sur des exemples concrets, des résultats et des situations comparables.
4. **Rassurer :** montrer votre discernement, votre fiabilité, votre capacité d'adaptation et votre recul.
5. **Donner envie :** rester simple, professionnel et agréable, sans en faire trop.
6. **Se projeter :** proposer une approche réaliste pour les premières semaines et les premières priorités.

> LA QUESTION QUE SE POSE LE CLIENT
>
> Est-ce que j'ai envie de travailler avec cette personne, de lui confier des sujets sensibles et de l'intégrer à mon équipe ?

02 AVANT

Préparer le fond et soigner la forme

Une bonne préparation vous permet de personnaliser votre discours, d'éviter les réponses trop générales et de montrer votre sérieux. Inutile d'apprendre un texte par cœur : l'idée est d'arriver avec des repères clairs.

J-3 à J-1 : bien connaître son dossier et son client

- **Décortiquer l'appel d'offres :** objectif de la mission, périmètre, livrables, délais, compétences attendues et points à clarifier.
- **Se renseigner sur l'entreprise :** activité, modèle économique, organisation, implantations, effectifs et actualités récentes.
- **Savoir qui sera en face :** nom, fonction, responsabilités et rôle de chacun dans la décision.
- **Connaître son CV sur le bout des doigts :** repérer dans votre parcours et votre dossier de compétences les missions, dates et résultats qui répondent au besoin.
- **Choisir deux ou trois expériences marquantes :** le contexte, ce qu'on vous a confié, ce que vous avez fait et ce que vous avez obtenu.
- **Préparer un pitch de 60 à 90 secondes :** qui vous êtes, votre expertise principale, ce que vous apportez et pourquoi votre profil correspond.
- **Préparer quatre à six questions ouvertes,** qui montrent que vous avez compris le sujet et qu'il vous intéresse.
- **Faire le point avec MyFinPlace :** périmètre, disponibilité, points de vigilance et sujets commerciaux à traiter.

Quelques questions à poser au client

LES PRIORITÉS
« Quels résultats attendez-vous en priorité sur le premier mois ? »

LE CONTEXTE
« Qu'est-ce qui a déclenché le lancement de cette mission maintenant ? »

LA RÉUSSITE
« Dans trois mois, à quoi verrez-vous que la mission est réussie ? »

L'ÉQUIPE
« Avec qui la personne travaillera-t-elle au quotidien ? »

Les derniers contrôles, la veille

- ✓ Confirmer la date, l'heure, le lieu ou le lien de visio, et les participants.
- ✓ Prévoir de la marge sur le trajet, ou tester son, caméra et connexion.
- ✓ Avoir sous la main CV, dossier de compétences et de quoi noter.
- ✓ Prévoir une tenue adaptée et, en visio, un espace calme.

Bien préparé, c'est déjà se démarquer !

03 PENDANT

Mener l'échange plutôt que réciter son CV

Une bonne soutenance ressemble à une conversation structurée : on écoute, on reformule, on apporte des preuves et on vérifie régulièrement que la réponse correspond bien à ce que le client attend.

Un déroulé indicatif sur 60 minutes, à adapter au client



0 – 10 min
Introduction et mise en confiance

10 – 25 min
Compréhension du besoin

25 – 45 min
Présentation et valeur ajoutée

45 – 55 min
Échanges et questions

55 – 60 min
Conclusion et prochaines étapes

Les étapes clés

1	**Poser le cadre**	Remercier le client, vérifier le temps dont il dispose et annoncer simplement le déroulé de l'échange.
2	**Écouter avant de proposer**	Laisser le client présenter son besoin, poser des questions ouvertes, ne pas lui couper la parole et reformuler les enjeux.
3	**Cibler son expertise**	Choisir les expériences utiles plutôt que dérouler tout son parcours, et expliquer clairement ce que vous avez fait et obtenu.
4	**Prouver sa valeur**	S'appuyer sur des exemples concrets : la situation de départ, la difficulté, votre démarche, le résultat. Et jamais de chiffres inventés.
5	**Répondre avec méthode**	Aller droit au but, expliquer votre raisonnement et reconnaître honnêtement vos limites ou les points à approfondir.
6	**Conclure et se projeter**	Résumer ce que vous avez compris du besoin, rappeler ce que vous pouvez apporter et valider les prochaines étapes.

Posture : les bons réflexes

- Regarder vos interlocuteurs, parler distinctement et garder un rythme naturel.
- Éviter le jargon, les monologues et les réponses toutes faites.
- Prendre quelques notes, sans perdre le contact visuel.
- **En visio :** caméra à hauteur des yeux, cadrage stable, notifications coupées et documents prêts à partager.

04 APRÈS

Faire le lien et entretenir la relation

La soutenance ne s'arrête pas quand la réunion se termine. Un suivi soigné confirme votre professionnalisme, garde une relation claire avec le client et facilite la suite du processus.

Envoyer un remerciement

- Remercier vos interlocuteurs pour leur temps et la qualité de l'échange.
- Rappeler en quelques mots les enjeux et priorités abordés.
- Redire votre intérêt pour la mission et ce que vous pouvez y apporter.
- Répondre aux questions restées en suspens ou envoyer les éléments promis.
- Rester disponible pour toute précision.

Suivre et relancer avec tact

- Noter tout de suite les prochaines étapes, qui s'en charge et les délais annoncés.
- Mettre à jour votre dossier et faire un retour factuel à votre contact MyFinPlace.
- Si besoin, relancer en respectant le délai donné par le client.
- Sans délai annoncé, relancer poliment après quelques jours ouvrés, en accord avec votre contact MyFinPlace.
- Rester présent, sans multiplier les messages ni mettre la pression.

EXEMPLE DE MESSAGE DE REMERCIEMENT

Objet : Suite à notre échange – mission [intitulé]

Bonjour **[Nom]**,

Merci pour le temps que vous m'avez accordé et pour la qualité de notre échange au sujet de la mission **[intitulé]**.

J'ai bien noté l'importance de **[priorité 1]** et de **[priorité 2]**. Mon expérience en **[expertise]** me permettrait notamment de **[apport concret]**.

Je reste à votre disposition pour toute précision et serais ravi(e) de poursuivre nos échanges lors des prochaines étapes.

Bien cordialement,
[Prénom Nom]

Une bonne soutenance ne s'arrête pas à la fin de la réunion !

À RETENIR

Votre préparation, votre posture et votre capacité à créer du lien font toute la différence. **Et à chaque étape, MyFinPlace est à vos côtés.**