MAAARS

L'accompagnement de votre entreprise

Comment prospecter différemment 15 méthodes

Partie 1

Vous avez le choix

Oui vous avez, nous avons, tous, toujours le choix !

Vous n'aimez pas prospecter, vous n'aimez pas vendre et encore moins cette impression de vous vendre, et pourtant……

Sans vente aucune société ne peut survivre et pour faire des ventes, il faut avoir un flux régulier de prospects.

Et ceux-ci ne tombent pas du ciel, d'aucuns diraient qu'il faut aller à la chasse ou à la pêche aux clients ; c'est tout simplement faire de la prospection.

Alors oui, quand on parle prospection on imagine tout de suite des méthodes pas très sympas qui consistent à taper dans le dur, soit par téléphone soit en porte à porte.

Heureusement aujourd'hui on n'est plus forcément réduit à de telles pratiques.

La prospection se pratique toujours de manière directe bien sûr mais également de façon indirecte et même détournée.

Et ça fonctionne très bien !

Le plus important est d'adapter votre prospection à votre personnalité et à vos envies, tout ça en développant votre propre style.

Nous avons à présent de nombreux outils à notre disposition, souvent gratuits, alors autant en profiter.

De multiples façons de prospecter existent et le plus simple est de tester et recommencer jusqu'à trouver celle qui vous apportera des prospects qualifiés que vous pourrez aisément transformer en clients heureux !

© MAAARS Tous droits réservés

A propos de Sabine-Rose Aronsfrau-Moreau

Fondateur et Président chez MAAARS.

Très tôt tombée dans la marmite de l'entrepreneuriat, j'ai néanmoins alterné les postes à responsabilités en tant que salariée, indépendante et chef d'entreprise.

MAAARS est née d'un constat simple et de la vision de l'entreprise idéale….

Pour être pérenne une société doit conjuguer 3 expertises:

- Métier
- Management / Commercial / Marketing
- Technologique / Technique.

La première est celle de l'entrepreneur qui a créé son activité et les 2 autres sont apportées par les forces vives de MAAARS avec la volonté de déployer une stratégie globale pour vendre plus et mieux !

Tour à tour aspirateur à erreurs et catalyseur de réussite, mon "magique" (ce n'est pas moi qui le dit) consiste à trouver des solutions pour assurer le développement des entreprises que j'accompagne sur la performance commerciale.

Dernièrement, j'ai co-créé le 1er tiers-lieu du sud de l'Eure-et-Loir à Châteaudun.

Cet Espace est l'extension naturelle de l'activité d'accompagnement de MAAARS.

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

1

Soyez présents sur les réseaux sociaux 1/2

Ah les fameux réseaux sociaux… Le Saint Graal pour beaucoup qui pensent qu'être visible suffit à vendre.

Il ne sert à rien d'être partout si vous n'êtes pas régulier.

Créer du lien et l'entretenir est une excellent méthode pour fédérer une communauté de prospects mais cela demande du temps et beaucoup d'engagement.

Donc, choisissez 1, 2 voire 3 réseaux où se trouvent votre cible mais ne vous dispersez pas trop vite avant d'être parfaitement à l'aise avec vos « amis », abonnés et autres followers.

Facebook est Le réseau social par excellence mais attention à faire la part des choses entre le pro et le perso et à définir si votre client potentiel est bien actif à cet endroit.
Avoir une page professionnelle sur Facebook sera de toute façon bénéfique pour votre image de marque, sinon pourquoi toutes les grosses entreprises y seraient-elles ?!
Si vous voulez commencer à « grenouiller » sur Facebook vous pouvez mettre le tag @maaars et nous relaierons vos publications pour leur donner un peu plus de portée et de visibilité.

Suivez MAAARS sur Facebook

© MAAARS Tous droits réservés

1

Soyez présents sur les réseaux sociaux 2/2

Linkedin est 1 incontournable si vous travaillez en BtoB ; là encore vous devrez acquérir les bonnes pratiques en vigueur et prendre vos marques en fonction de votre objectif, de votre activité et de votre cœur de cible.
Ici le profil prend souvent le pas sur la page entreprise mais il est de bon ton d'en avoir une pour montrer votre expertise et votre différence.
Même combat sur LinkedIn si vous écrivez @MAAARS ça nous permettra de vous suivre et de commenter afin que vous ayez plus d'engagement et de relais.

Instagram a le vent en poupe et repose sur le pouvoir de l'image, même si vos produits ou services ne sont pas visuels.
En effet tout le monde a un petit côté voyeur et les photos des coulisses de votre entreprise sont toujours plébiscitées ainsi que les selfies en situation.
Puisque nous sommes également présent sur Instagram vous pouvez également nous interpeller avec @maaars_28.

Bref, vous l'aurez compris chaque réseau vous ouvre un champ des possibles à partir du moment où vous savez où vous allez, c'est à dire quand vous avez défini votre stratégie.
C'est à vous de jouer et encore une fois, que ce soit sur Twitter, Pinterest ou YouTube, n'hésitez pas à nous solliciter pour que nous vous suivions.
Mais ne vous dispersez pas avant d'être réellement au point ; apprenez à connaître 1 réseau social avant de passer au suivant...

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

2 Créez des partenariats

Vos clients ne travaillent pas seulement avec vous et ça c'est génial !

En effet, trouver des personnes qui travaillent déjà avec votre cible idéale vous permettra d'étendre votre champ d'action.

Des professionnels avec une activité complémentaire à la vôtre et donc avec la même cible pourront être intéressés pour un échange gagnant-gagnant.

Il peut s'agir d'une offre complémentaire à la vôtre mais également d'une offre conjointe que vous proposerez chacun à vos prospects.

Vous créerez ainsi un cercle vertueux en privilégiant l'entraide et en ayant un rayon d'action plus important.

Même si la concurrence fait marcher le business, là il ne s'agit pas de trouver des partenaires qui vendent la même chose que vous !

On n'y pense pas forcément mais l'échange et le partage permettent souvent d'accomplir certaines choses qu'on ne serait pas forcément capable de réaliser seul.

Là encore si vous avez envie de nous contacter, nous serons ravis d'étudier toute proposition de partenariat ; et ça vous permettra de roder votre discours !

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

3 Faites de Google votre meilleur ami

Impossible de parler de prospection sans parler de Google, ce monstre (!) que tout le monde veut apprivoiser pour remonter en 1ère page.

Alors oui, il existe d'autres moteurs de recherche qui se développent petit à petit et il ne faut pas les négliger mais c'est toujours lui qui a les faveurs de la grande majorité d'internautes !

Alors autant en tirer partie…

Même si Google+ n'existe plus, ayez le réflexe Google my business afin de localiser votre société surtout si vous travaillez en local.

En plus ça vous fera remonter dans les résultats de recherche et c'est toujours bon pour votre référencement.

Plus vous êtes présent en ligne plus vos clients potentiels ont de moyens de vous trouver et donc de faire appel à vos services ou d'acheter vos produits.

Évidemment le but n'est pas non plus de faire n'importe quoi mais d'être visible auprès de votre cible idéale.

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

4 Lancez-vous en live

Proposer 1 live, quelque soit l'endroit, est toujours apprécié des internautes que ce soit sur Facebook, Google Hangout, Instagram ou Youtube.

C'est gratuit et très bon pour votre référencement, encore une fois !

Aucunement besoin de maîtriser la technique, ce qu'il faut c'est offrir de la valeur, c'est à dire communiquer sur un sujet que vous connaissez bien et qui intéressent vos prospects bien sûr…

Et pour commencer vous n'êtes pas obligé de faire très long, soyez juste impactant et pro !

Évidemment le thème que vous choisirez doit intéresser vos clients, actuels et futurs ; n'oubliez jamais que c'est à eux que vous vous adressez.

La forme est toute aussi importante que le fond alors restez vous-même en toute circonstance pour attirer les prospects avec lesquels vous avez des points d'intérêt communs.

N'oubliez jamais « qu'une action imparfaite vaut toujours mieux qu'une parfaite inaction »

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

5 Pensez influenceur

Le premier pas bien sûr est de choisir celui ou ceux que vous voulez contacter !

Vous en appréciez 1 en particulier, vous suivez son actualité ; commencez par le lui dire, sans toutefois être insistant.

Ensuite, interagissez sur ses publications, montrez-vous mais toujours à bon escient bien sûr !

Vous pouvez proposer 1 interview écrite ou filmée à quelqu'un qui vous inspire par exemple.

Si vous participez à un événement auquel des influenceurs participent aussi, allez leur parler…

Le « nec plus ultra » est d'avoir préparé votre approche ; la préparation permet d'être plus à l'aise surtout si vous n'êtes pas un habitué du fait.

Suivant votre activité, vous pouvez offrir 1 cadeau à ceux de votre secteur ou leur proposer de tester 1 de vos produits….

Dites-vous bien que si vous n'osez pas, si vous ne posez pas la question, vous n'aurez jamais la réponse ; on a souvent le tort de préjuger….

N'oubliez jamais que tout influenceur qu'il est, il a lui aussi commencé un jour !

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

6

Offrez un cadeau

Concentrez-vous sur ce que vous souhaitez donner à vos prospects, quelle valeur vous voulez leur apporter ?

Si vous avez déjà échanger avec certains, vous avez des pistes :

- RDV découvertes
- Articles
- Vidéos
- Ebook
- Check-list
- Mini-formations gratuites
- Etc.

Votre cible va pouvoir ainsi se faire une idée de ce que travailler avec vous veut dire.

Ça vous permettra aussi de voir ceux qui consomment vos cadeaux, qui apprennent à vous connaître et ceux qui sont là en touristes.

Au passage vous bonifierez la connaissance que vous avez de vos prospects et de leurs attentes.

Pensez à garder le contact, à les interrogez régulièrement sur le profit qu'ils ont retiré de votre « cadeau ».

N'oubliez jamais que « créer du lien » c'est bien mais l'entretenir c'est mieux.

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

7

Contactez les médias

On pense souvent à tort que les médias sont réservés aux grandes entreprises.

Que nenni !

Pour commencer faites un tour d'horizon des médias locaux, presse écrite, radio locale, journal municipal, et réfléchissez à votre approche pour devenir ce qu'on appelle « 1 bon client »…

Gardez en tête que les journalistes sont certes sollicités, mais qu'ils adorent ça🙂

C'est leur gagne-pain.

Vous créez un nouveau service sur votre commune par exemple, envoyez-leur un communiqué de presse ; point n'est besoin d'être Proust mais vérifiez tout de même votre orthographe ainsi que votre syntaxe.

Ce qui orientera leur décision de parler de vous ou de votre activité, c'est l'axe d'approche que vous aurez mis en avant.

Et tout comme les influenceurs, ils adorent les cadeaux tels que les goodies…..ou les invitations.

Alors pensez à eux si vous organisez un événement petit ou grand.

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

8

Écrivez pour des blogs

Oui le tout premier blog auquel vous devez penser est celui de votre entreprise ; il est de bon ton de l'alimenter régulièrement afin que vos prospects s'habituent à vous.

Et si vous n'avez pas encore de blog d'entreprise, il va falloir commencer à réfléchir à la question.

Cela vous permettra également de vous positionner en tant qu'expert sur votre sujet de prédilection, votre thématique et de gagner en légitimité aux yeux de tous.

Vous devez savoir que la répétition du message est tout aussi importante que sa qualité, c'est la raison pour laquelle vous devez créer et garder le lien avec vos lecteurs alors pensez à répondre à leurs commentaires.

Quand je parle d'écrire pour un blog, si vous n'êtes pas à l'aise avec l'écriture pensez aussi à la vidéo (vlog) ou aux podcasts (audio).

Pour participer à des blogs que vous suivez, des blogs que vous appréciez, réfléchissez à des sujets susceptibles d'intéresser leurs lecteurs et proposez-leur des articles dans le respect de leurs lignes éditoriales.

L'idéal est que leurs lecteurs soient les mêmes que ceux que vous aimeriez capter ! Là encore si vous ne demandez pas, vous ne saurez jamais si vous pouvez participer !

Plusieurs critères sont toutefois à prendre en compte pour rédiger des articles-invités, alors commencez par regarder quelles sont les habitudes sur les sites que vous visez, ce qui se fait, les précédents articles-invités, etc.

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

9 Demandez à vos proches de penser à vous

On pense rarement à ceux qui nous entourent alors qu'ils peuvent être de merveilleux ambassadeurs surtout si ils ont déjà fait appel à vos services ou acheté vos produits ; vous leur en avez peut-être même offert alors pourquoi hésiter ?!

Tout d'abord posez-vous la question simplement : mes proches, famille ou amis ont-il déjà profité de mon produit/service ?

Si oui, demandez-leur simplement ce qu'ils en ont pensé, en toute sincérité, ont-ils déjà parlé de vous professionnellement, vous ont-ils recommandé à leur entourage…

Si non, pourquoi ?

Savent-ils réellement ce que vous faites, en avez-vous déjà parler avec eux ? Ne sont-ils tout simplement pas dans votre cible ?

Dans tous les cas, prenez le temps de les informer, de leur expliquer les bénéfices qu'obtiennent vos clients grâce à vous, la transformation qui s'opère, en somme la valeur de ce que vous proposez !

Il est important que votre offre soit claire et lisible déjà pour eux.

Cela leur permettra d'en parler, de penser à vous lorsqu'ils rencontrent de nouvelles personnes ; même au détour d'une conversation amicale, du business peut se développer, à l'occasion d'une soirée, etc.

Sachez saisir toutes les opportunités qui se présentent et profitez-en pour vous entraîner à parler de votre activité de manière plus fluide, plus naturelle et surtout impactante !

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

10 Récompensez vos clients Ambassadeurs

On ne le répétera jamais assez, un client satisfait, ça n'a pas de prix !

Pour plusieurs raisons…

- Tout d'abord ils seront votre meilleure pub et votre réputation n'en ira que mieux.
- Ensuite ce sont les personnes les plus à même de vanter vos services ou vos produits puisqu'ils les connaissent et qu'ils les ont utilisés.
- Enfin vendre à nouveau à un client coûte beaucoup moins d'efforts et d'argent que de chercher à en conquérir d'autres.

Maintenant, pensez à mettre en place un programme de parrainage pour les motiver encore un peu plus.

Se faire recommander par ses amis, connaissances, clients, c'est plutôt sympa alors proposez-leur de les remercier à votre façon.

Vous pouvez trouver un "cadeau" pour les remercier ; n'oubliez pas que le geste compte souvent plus que la valeur vénale.

L'idéal bien sûr est de trouver « le petit quelque chose » qui leur fera plaisir mais qui aura aussi un rapport avec votre activité.

Si ce sont déjà des clients, rajoutez un petit bonus ou offrez-leur 1 accessoire complémentaire par exemple.

Si vous n'avez jamais fait d'affaires ensemble, vous pouvez leur proposer de leur offrir un produit d'appel, ou tout simplement les commissionner en tant qu'apporteur d'affaires.

A vous de trouver quelque chose qui satisfera le plus grand nombre, et vous aussi bien sûr…

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

11

Intégrez un réseau

Le sacro-saint réseau, tout le monde en parle actuellement ; pourtant il ne faut pas oublier qu'avant que ce soit un « sport » à la mode, les entrepreneurs se réunissaient déjà pour échanger sur leurs problématiques, pour partager des connaissances…

Physique ou virtuel, c'est à chacun de trouver le groupe qui lui convient et surtout les valeurs qu'il représente et véhicule…
Les réseaux d'échanges et de recommandation fleurissent aux quatre coins de la planète avec plus ou moins de succès. La plupart des réseaux physiques sont payants et se targuent de vous faciliter le business.

C'est une méthode qui fonctionne bien pour ceux qui jouent le jeu, et surtout qui en ont envie, qui aiment rencontrer du monde.
Il faut avoir du temps à consacrer à ça, le rythme peut-être hebdomadaire alors, il faut bien réfléchir au temps qu'on peut consacrer à ces rencontres.
L'idéal est même de faire un rapide calcul pour voir le retour sur investissement...

Les réseaux virtuels, quant à eux, prennent de plus en plus la forme de groupe sur les réseaux sociaux ; ceux-là sont gratuits… pour le moment.
Faire partie d'un groupe ne suffit pas ; il faut bien sûr participer aux discussions à bon escient, apporter de la valeur aux échanges et pourquoi pas donner des conseils gratuitement afin, encore une fois, de montrer son expertise.

Vous pouvez d'ores et déjà rejoindre le groupe Facebook « Entrepreneurs Déterminés à Développer leur Activité » si le cœur vous en dit.

Vous l'aurez compris, le tout est de trouver ce qui vous convient, ce qui est en adéquation avec votre personnalité, vos envies et votre activité bien sûr !

Vous devez être tout à fait à l'aise pour tirer le meilleur parti des échanges que vous aurez initiés donc choisissez bien.
Là encore inutile de vouloir être partout ; la dispersion est souvent contre-productive.

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

12

Gagnez en régularité

Il ne suffit pas de faire une action une fois pour obtenir des résultats.

Publiez un article ne suffit pas, faire une vidéo ou un Live quand on y pense ne sert pas à grand-chose non plus.

La réussite se construit dans la constance et c'est la régularité qui fera la différence.

En somme, sachez tout d'abord ce que vous voulez obtenir, cela vous permettra de construire votre stratégie pour y parvenir.
Si vous avez du mal à vous décider, commencez par choisir ce que vous ne voulez pas, c'est déjà un bon début !
Qui dit stratégie dit également plan d'action et feuille de route pour ne rien oublier justement et se forcer à garder le cap !

Inutile de vous mettre la pression à vouloir trop en faire ; il vaut mieux prévoir un peu moins d'actions mais les réaliser régulièrement plutôt que de foncer tête baissée à certains moment et être absent des radars ensuite.

Vos futurs clients ont besoin de constance, de s'habituer à vous, de savoir à quel moment vous allez vous adresser à eux, quand vous publiez, etc.
Donc, choisissez votre rythme de publication par exemple ou celui de l'envoi de votre newsletter, ou encore la fréquence à laquelle vous ferez un live.

Et tenez-vous y !

Vous pouvez même faire ça en binôme pour garder la motivation ; en effet avoir quelqu'un sur qui vous appuyer en cas de coup de mou peut être bénéfique. L'idéal est d'avoir, encore 1 fois, des intérêts communs bien sûr.

La régularité fait partie intégrante de la prospection alors ne l'oubliez pas !

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

13

Participez à des ateliers

Vous voulez progresser dans votre cœur de métier ou vous former sur des sujets périphériques pour être plus performant…

Il vous arrive donc de suivre des formations, des ateliers ou tout autre workshops.

Les autres participants à ce genre d'événements ont la même démarche que vous et par leur présence montrent qu'ils sont prêts à investir sur eux ou dans leur société…

Ceux qui y viennent sont en général dans une démarche d'échanges et de fait sont prêts à écouter ce que vous avez à proposer.

C'est d'autant plus important que si vos contacts voient que vous continuez à vous former, ils se diront que vous cherchez toujours à vous améliorer et que les premiers bénéficiaires sont vos clients.

Oui, les personnes qui réussissent dans leurs affaires sont celles qui vont de l'avant, qui se tiennent au courant des nouveautés techniques ou pratiques.

Elles savent investir sur elles ou dans leurs activités pour attirer à elle un flux constant de nouveaux contacts qui deviendront des prospects puis des clients.

Ayez en tête que pour être « un bon vendeur », il faut d'abord avoir su acheter…

Comme les grands vins vous devez vous bonifier pour prendre de la valeur !

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

14

Organisez vos propres événements

Si participer à des événements permet de rencontrer du monde et donc des clients potentiels, il en va de même, avec un effet exponentiel quand vous organisez vos propres événements.

Webinaires, ateliers, conférences, lives, rencontres, vous devez miser sur le format avec lequel vous vous sentez le plus à l'aise pour commencer.

Avoir une activité à proposer vous permet d'inviter vos prospects et d'en rencontrer de nouveaux.

Que ce soit en ligne ou ou dans la vie réelle, la démarche est quasiment identique et vous permet encore une fois de vous positionner en tant qu'expert dans votre domaine.

Comme pour toute action marketing c'est la régularité qui vous permettra de vous faire remarquer, qui donnera confiance en vos compétences.

Ayez donc toujours un projet en cours, quelque chose qui vous permet de maintenir le lien et de développer la confiance indispensable pour faire des affaires sur le long terme.

Ne pensez pas « one shot », et misez sur la satisfaction-clients avant tout. Bien entendu votre « personal branding », en bon français votre image de marque s'en trouvera renforcée.

Plus vous serez en contact avec votre cible plus elle s'habituera à vous et plus la confiance s'installera.

Si vous voulez organiser 1 événement sur Châteaudun,
nous serons ravis de vous accueillir à l'Espace by MAAARS

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

15 Assistez à des salons

Par essence, les salons, professionnels ou ceux destinés au grand public, sont des lieux où on rencontre du monde intéressé par une thématique donnée.

Alors, une fois que vous avez décidé de la vôtre, de celle qui intéresse votre cœur de cible, vous devez passez à l'action ; c'est à dire vous y rendre, soit en tant que visiteur soit en tant qu'exposant.

L'investissement n'est certes pas le même, mais les retombées non plus !

Néanmoins pour vous familiariser avec cet exercice de prospection en tant qu'exposant, vous pouvez là encore commencer « petit » par du local.
Les prix seront plus abordables et vous aurez là un bon terrain d'entraînement.

Le tout est de bien « calibrer » votre démarche.

Encore une fois vous devez vous préparer pour faire de votre visite ou de votre participation une réussite que vous pourrez aisément calculée en terme de retour sur investissement.

Pour ce faire vous devez clairement chiffrer votre objectif, par exemple combien de ventes vous voulez faire ou combien de contacts vous souhaitez.

A vous de décliner et de passer à l'action !

Vous pouvez également profiter de votre stand pour alimenter votre fichier prospects ou capter des mails pour créer votre liste.

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/

A vous de jouer !

C’est à présent le moment de penser à ces 15 premières méthodes de prospection détournée et de voir comment vous pouvez les adapter à votre activité.
Le plus important, que ce soit en présentiel ou sur Internet, est de démontrer votre différence, votre savoir-faire, votre expertise de la manière la plus naturelle possible.

Ne cherchez pas à ressembler à tout le monde ni à vendre à tout le monde.

Pensez toujours à garder l’alignement entre votre personnalité et le positionnement que vous voulez avoir auprès de vos clients.

Soyez force de proposition et surtout, surtout restez Focus sur votre objectif !

Voilà c’est déjà la fin de cette 1ère volée d’idées de prospection pour éviter d’avoir à vendre et à « se vendre »…

Dernière chose et pas des moindres, ne vous contentez pas de lire, passez à l’action ! En effet, personne ne fera le job pour vous alors GO !

Qui dit 1ère partie dit bien évidemment qu’il y aura une suite, alors à très bientôt et surtout n’hésitez pas à me faire vos retours et à me dire ce que vous avez testé !

Si vous sentez que c’est le bon moment, que vous savez que vous devez passer à l'action pour développer votre activité et enfin en vivre sereinement, je vous invite à à rejoindre le programme « Enfin à l'aise avec la vente »

Rejoindre le programme « Enfin à l’aise avec la vente »

© MAAARS Tous droits réservés https://maaars.fr/