Emails de prospection

Trouver 1 email n’est pas compliqué avec les outils actuels.
En revanche, savoir quoi dire est primordial pour engager la discussion.

Quelques freins

- Tout d'abord il faut bien sûr que l'email soit ouvert...
- Ensuite il faut qu'il soit lu...
- Enfin le message doit inciter l'interlocuteur à agir...

Plusieurs règles à respecter

1. Montrer que vous êtes de bon conseil, et non pas que votre offre est la meilleure.
2. La première prise de contact n'est pas destinée à vendre !
3. Evoquer 1 problème identifié et les solutions qui peuvent être adaptées.
4. Prouver que vous vous intéressez à votre interlocuteur.
5. Orienter la discussion sur sa problématique de manière spécifique ; Le ratio doit être de 5/1 = 5 « Vous » pour 1 « Je ».
6. Ecrire des emails courts, percutant et engageants.
7. Réfléchir au titre de votre message ; c'est le premier frein à lever car sans un bon titre, pas de clic donc pas d'ouverture de mail. Et sans ouverture, pas de lecture, pas de discussion, pas de vente.
8. Proposer systématiquement une date de rappel ; le mail est une première prise de contact, le démarrage de la conversation qui peut avoir lieu en face-à-face, par téléphone ou sur les réseaux sociaux.
9. Suivre les résultats d’ouverture et ne pas hésiter à relancer le cas échéant sans toutefois faire de forcing.
10. Prendre le temps de rédiger personnellement vos emails surtout si la personne que vous souhaitez toucher est dans votre coeur de cible.

Ce document est à usage interne uniquement. Il est confidentiel et la propriété de MAAARS. Il ne peut être transmis à des tiers .

Cette structure de travail ne concerne donc pas les campagnes d'emailing à froid.

Il s'agit bien de toucher des entreprises ou dirigeants bien identifiés, avec une volonté d'engager une vraie conversation.

Pour cela, il faut…

- Connaître parfaitement les personnes avec lesquelles vous voulez échanger
- Suivre leurs actualités afin de mener les bonnes actions au bon moment

Exemples de structures de mail efficaces

Suite à une actualité forte

TITRE : « Comment éviter que votre projet [actualité] soit inefficace/raté ? »

Bonjour [X],

J'ai récemment découvert que [votre entreprise] a [actualité]. J'imagine que vous avez anticipé [futur problème].
Il se trouve que j'apporte des solutions à …….(ce sont les principaux problèmes que je fais éviter à mes clients). Voici les principaux conseils que je leur donne pour se prémunir contre ces potentielles difficultés : …….. (Lien vers du contenu, un partage d'expérience, une vidéo, un article…..vous vous positionnez en tant qu'expert)
Je vous propose d'en parler rapidement avec vous (une dizaine de minutes) soit……
Pratiquer 1 alternative systématique mais pas identique.....
- [date et heure]
- [jour et demi journée]
Quelle date vous arrangerait le plus ?
Je vous remercie d'avance pour votre réponse.
Au plaisir d'échanger avec vous,

[Votre prénom et nom + signature]

Suite à un premier appel manqué

TITRE : « Suite à notre appel manqué de ce matin… »

Bonjour [X],

Ce document est à usage interne uniquement. Il est confidentiel et la propriété de MAAARS. Il ne peut être transmis à des tiers .

J’ai essayé de vous joindre ce matin par téléphone pour échanger sur... [thématique problème].
Seriez-vous disponible [telle date] pour en parler dix minutes ?
Merci pour votre réponse,
Passez une bonne journée.

[Votre prénom et nom + signature]

Echange sur un mini-audit

TITRE : « Félicitations pour votre …. »

Bonjour [X],

J’ai consulté votre site récemment et je vous félicite pour [trouver du positif].
Je me demandais si vous rencontriez ce ……. (problème). Si oui, comment faites-vous pour les gérer ?
Au plaisir de lire votre réponse,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Echange sur un mini-audit

TITRE : « 3 conseils pour [bénéfices] »

Bonjour [X],

J’ai consulté votre site récemment et je vous félicite pour [félicitations].
Je n’ai pas pu m’empêcher cependant d’identifier certaines pistes d’améliorations (déformation professionnelle) :
- [conseil 1]
- [conseil 2]
- [conseil 3]

Vous pourriez encore plus [bénéfices], et je serai ravi d’en parler avec vous en face à face.
Quand seriez-vous disponible pour un tel échange ?
Au plaisir de lire votre réponse,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Ce document est à usage interne uniquement. Il est confidentiel et la propriété de MAAARS. Il ne peut être transmis à des tiers .

Suite à une non-rencontre lors d’un évènement

TITRE : « J’ai vu que vous étiez aussi au [évènement]… »

Bonjour [X],

Nous étions présents au [évènement] hier, mais je n’ai pas eu le plaisir d’échanger avec vous.
Auriez-vous 10 minutes à m’accorder par téléphone [date + heure] pour que nous nous présentions mutuellement ?
Au grand plaisir d’en savoir plus sur votre entreprise,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Avant une future participation à un évènement

TITRE : « Serez-vous présent-e au [évènement] »

Bonjour [X],

J’ai vu le nom de votre entreprise dans les participants à [évènement] à [date].
Y serez-vous présent-e ?
Dans ce cas, ce serait un vrai plaisir de vous rencontrer et d’échanger sur nos activités respectives.
Dans l’attente de votre réponse,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Suite à une actualité

TITRE : « Un article qui devrait vous intéresser »

Bonjour [X],

J’ai récemment découvert que [actualité].
Je me suis dit que [article avec lien direct ou bit.ly] pourrait vous intéresser à ce sujet.
Au plaisir d’en discuter avec vous,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Ce document est à usage interne uniquement. Il est confidentiel et la propriété de MAAARS. Il ne peut être transmis à des tiers .

Par rapport à un contexte particulier

TITRE : « Nous devons nous rencontrer »
Bonjour [X],

J'ai découvert avec plaisir votre entreprise dans le cadre de [contexte].
Faites-vous face à [problème] ?
Travaillant régulièrement avec des entreprises de votre envergure sur ces sujets, je me ferai une joie d'en discuter rapidement avec vous ces prochains jours.
Au plaisir d'échanger avec vous,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Pour une meilleure mise en relation

TITRE : « Etes-vous la bonne personne ? »

Bonjour [X],

J'ai essayé de vous joindre ce matin, sans succès. L'objet de cet appel était de vous parler de [problème].
Etes-vous la bonne personne pour échanger sur un tel sujet ? Si non, à qui pourrais-je m'adresser ?
Je vous remercie d'avance pour votre réponse,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Pour valider un besoin

TITRE : « Avez-vous besoin de [solution] qui [avantage court] ? »

Bonjour [X],

Je me permets de vous contacter pour savoir si votre [entreprise] a [besoin spécifique] ?
Notre solution permet de [bénéfice]. Et l'avantage est que [avantage].
Ce serait un grand plaisir d'échanger avec vous à ce sujet.
Si vous êtes intéressé-e, quand seriez-vous disponible ?
Au plaisir de vous lire,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Ce document est à usage interne uniquement. Il est confidentiel et la propriété de MAAARS. Il ne peut être transmis à des tiers .

Suite à une recommandation

TITRE : « De la part de [Recommandation] »

Bonjour [X],

[Recommandation] m’a dit de vous contacter pour échanger sur [problème].
Nous aidons [votre proposition de valeur].
Je serai ravi d’échanger avec vous sur vos ambitions et vos projets. Seriez-vous disponible [date] pour un rapide échange de 15 minutes ?
Au plaisir de vous entendre,
Cordialement.

[Votre prénom et nom + signature]

Et bien sûr tout ça peut se décliner !

Le but de la manœuvre est de se servir des différents événements du calendrier, du territoire, de l’actualité, etc.

Rien n'est figer, c'est la connaissance de la cible et la préparation des actions à mener qui fera la différence

Cette première prise de contact n’est que le début et il est souhaitable de créer une trame pour chaque cas qui se présente ; de ce fait, par la suite il n'y aura qu'à "piocher" dans la liste pour choisir la plus adaptée.

Evidemment il faut que le message soit correctement orthographié et dans un français irréprochable ; en revanche, ce n’est pas de la littérature, bien au contraire.
Les phrases doivent être courtes et impactantes et surtout ne pas prêter à confusion.

Chaque événement du calendrier ou de l’entreprise peut donner lieu à communication dans le but de créer la relation avec un prospect identifié.

Ce document est à usage interne uniquement. Il est confidentiel et la propriété de MAAARS. Il ne peut être transmis à des tiers .