



CHOUCHOUS, BEIGNETS, BOISSONS FRAICHES !

*Bases de la prospection commerciale
en SIAE*



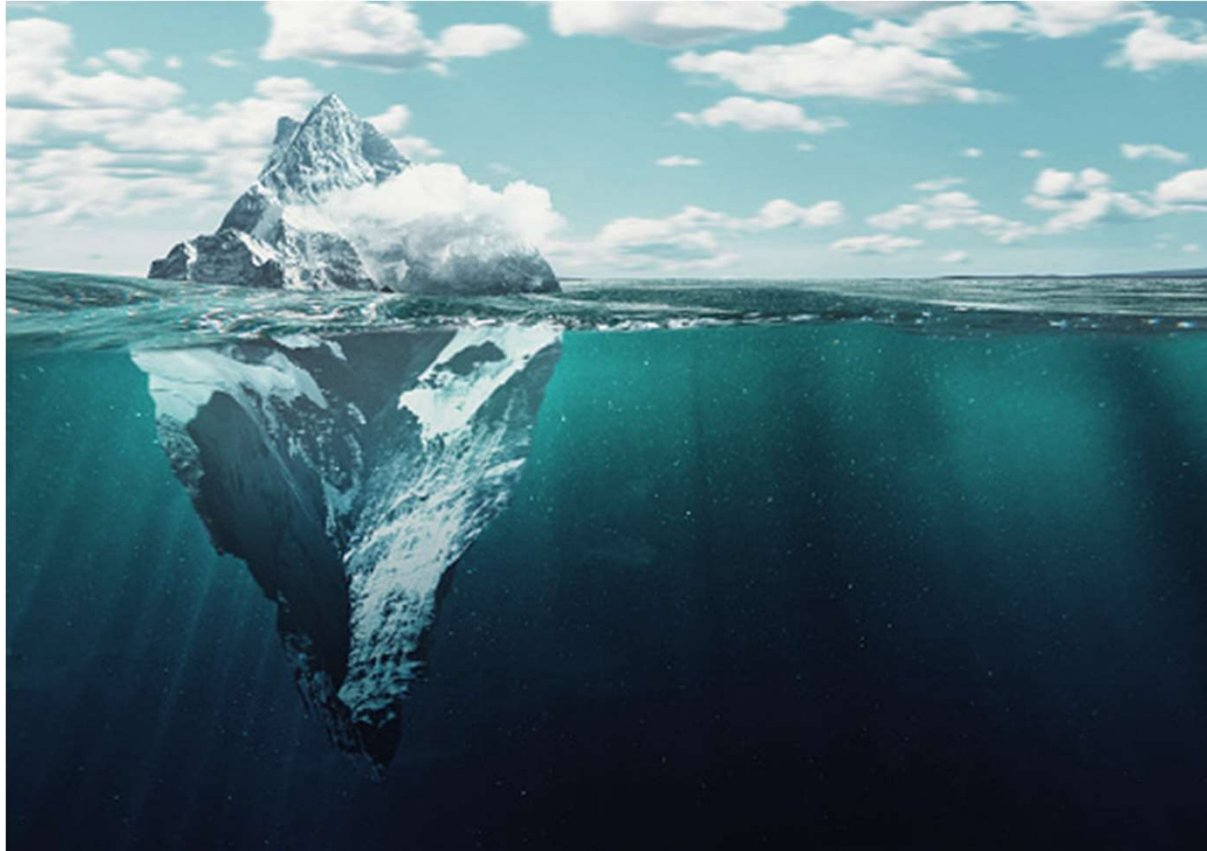
CHOUCHOUS, BEIGNETS, BOISSONS FRAICHES !

*Bases de la prospection commerciale
en SIAE*

Développement ? Commercial ?



Développement ? Commercial ? Partenarial !



Cette action est cofinancée par le Fonds social européen dans le cadre du programme opérationnel national - Emploi et Inclusion - 2014-2020



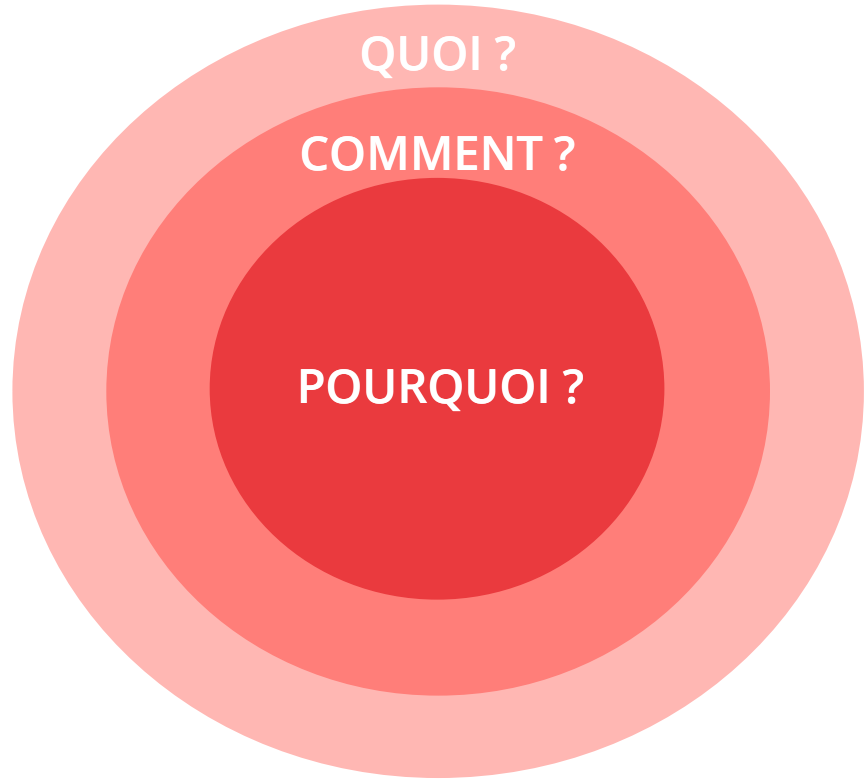
Des étapes importantes

- **Avoir une vision** : Donner du sens !
- **Définir la stratégie** : Identifier les axes de développement pertinents et prioritaires !
- **Prospecter** : Engager une collaboration !
- **Fidéliser** : Entretenir la relation partenariale !





Avoir une vision : Donner du sens !



Quoi ? Ce que fait votre structure, ce qu'elle propose comme services, comme offres

Comment ? De quelle manière elle propose ses services, son organisation, etc.

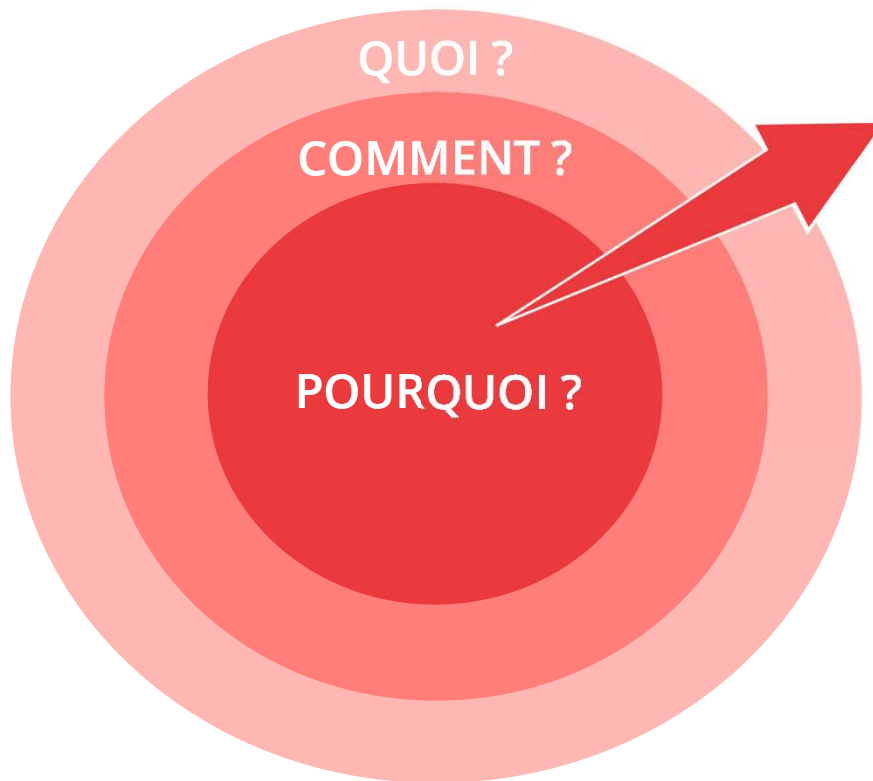
Pourquoi ? Ou Pour-Quoi ? Il s'agit du but, de la mission, de la croyance, de la raison même de l'existence de la structure...



Cercle d'Or – Simon Sinek



Avoir une vision : Donner du sens !



Pourquoi ? Ou Pour-Quoi ? Il s'agit du but, de la croyance, de la raison même de faire du développement pour la structure et pour vous : **Donner du sens !**

Comment ? De quelle manière vous allez développer les services, l'organisation :
Votre stratégie de développement !

Quoi ? Ce que votre structure et vous allez faire pour proposer votre offre, vos services :
Vos actions de prospection et de fidélisation !

Cercle d'Or – Simon Sinek



Avoir une vision : Donner du sens !

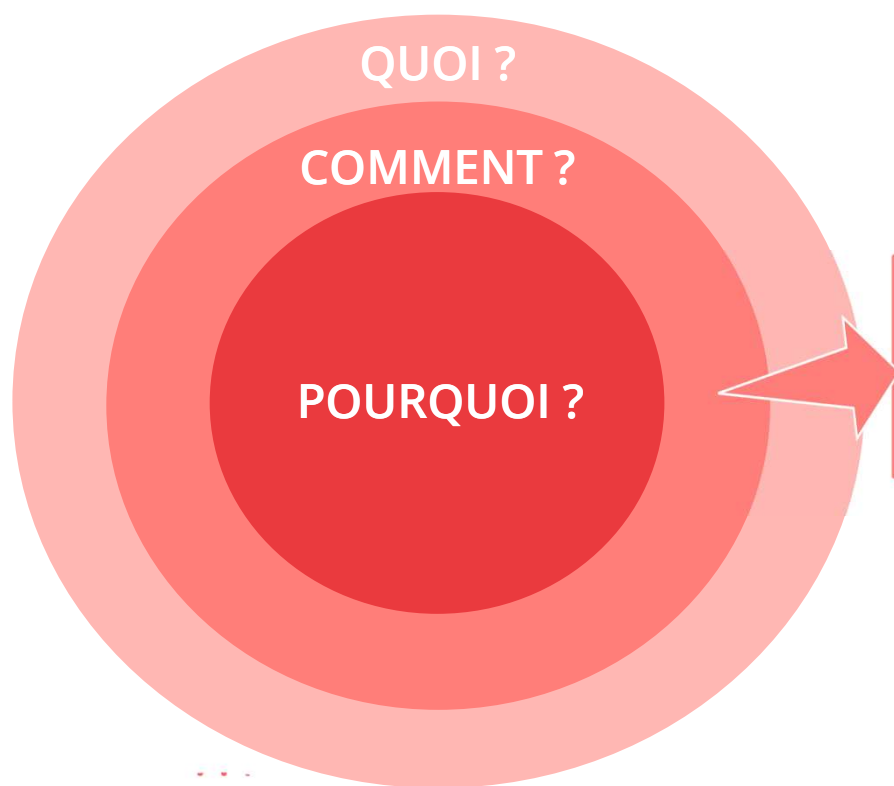


Il y aura autant de visions...

Qu'il y a de structures...
... et même de chargé-e-s de développement !



Définir la stratégie : Identifier les axes de développement pertinents et prioritaires !



Pourquoi ? Ou Pour-Quoi ? Il s'agit du but, de la croyance, de la raison même de faire du développement pour la structure et pour vous : **Donner du sens !**

Comment ? De quelle manière vous allez développer les services, l'organisation : **Votre stratégie de développement !**

Quoi ? Ce que votre structure et vous allez faire pour proposer votre offre, vos services : **Vos actions de prospection et de fidélisation !**

Cercle d'Or – Simon Sinek





Définir la stratégie : Identifier les axes de développement pertinents et prioritaires !



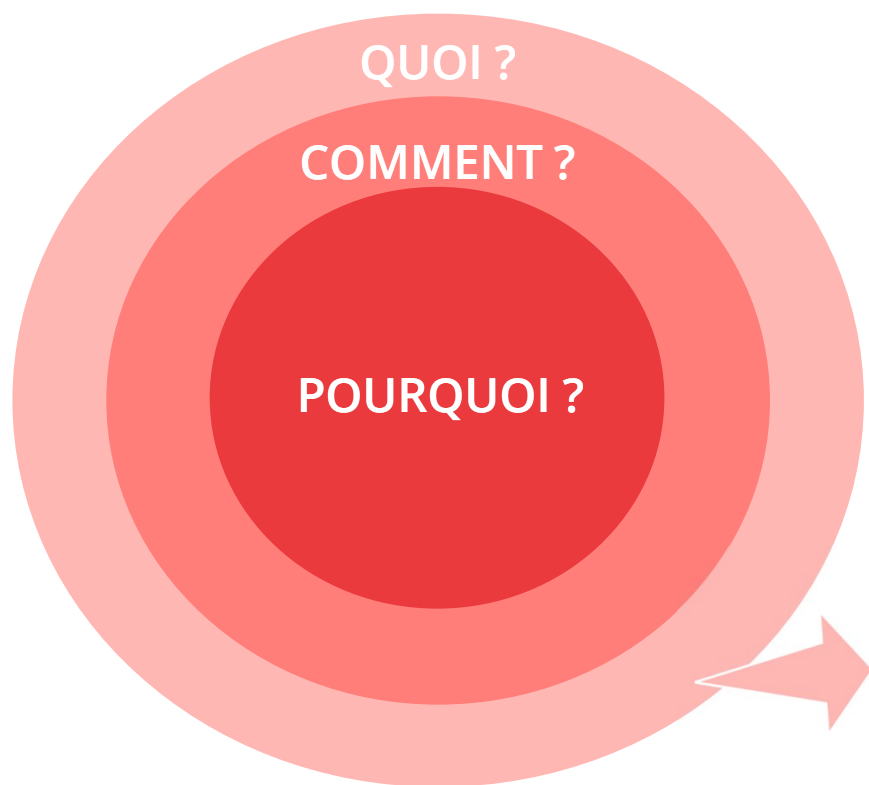
Pertinence et efficience !

Se fixer des objectifs !

“Il n'est pas de vent favorable pour celui qui ne sait pas où il va.” Sénèque



Prospecter : Engager une collaboration !



Pourquoi ? Ou Pour-Quoi ? Il s'agit du but, de la croyance, de la raison même de faire du développement pour la structure et pour vous : **Donner du sens !**

Comment ? De quelle manière vous allez développer les services, l'organisation : **Votre stratégie de développement !**

Quoi ? Ce que votre structure et vous allez faire pour proposer votre offre, vos services : **Vos actions de prospection et de fidélisation !**

Cercle d'Or – Simon Sinek





Prospecter : Engager une collaboration !

Qu'est-ce que la relation commerciale ?



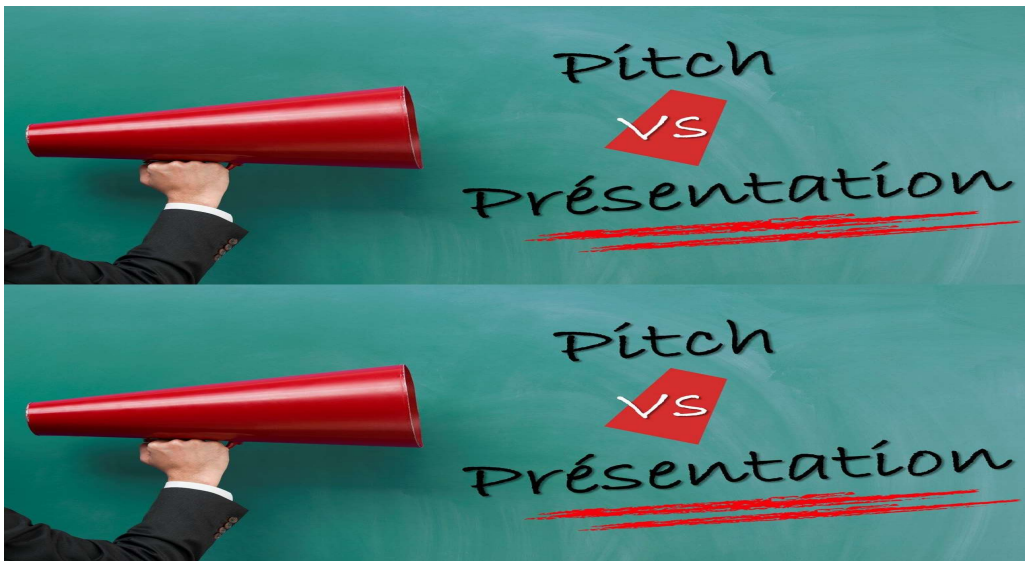
- Personnalisation
- Authenticité
- Valeurs
- Confiance





Prospecter : Engager une collaboration !

Se présenter, présenter sa structure



Technique du Pitch Elevator !



Prospecter : Engager une collaboration !

S'adapter au profil de son interlocuteur



En fonction de la cible, du type d'acteur :
→ Collectivité, Asso, Institution, Particulier, Entreprise, Commerçant, Pro libérale, etc.

En fonction de la profession, du poste :
→ Elu, Dirigeant, RRH, Manager, Technicien, Célibataire, Parent, Retraité, etc.

En fonction de la personne :
→ De l'humain, de sa personnalité, des ses traits, de son comportement !



Prospecter : Engager une collaboration !



Le secret : l'accroche !

- Différencier votre prise de contact de la concurrence
- Qualifier et donner de la valeur
- Crédibiliser votre démarche
- Passer certains barrages
- Montrer votre adhésion à une même « communauté », partage d'un sens commun

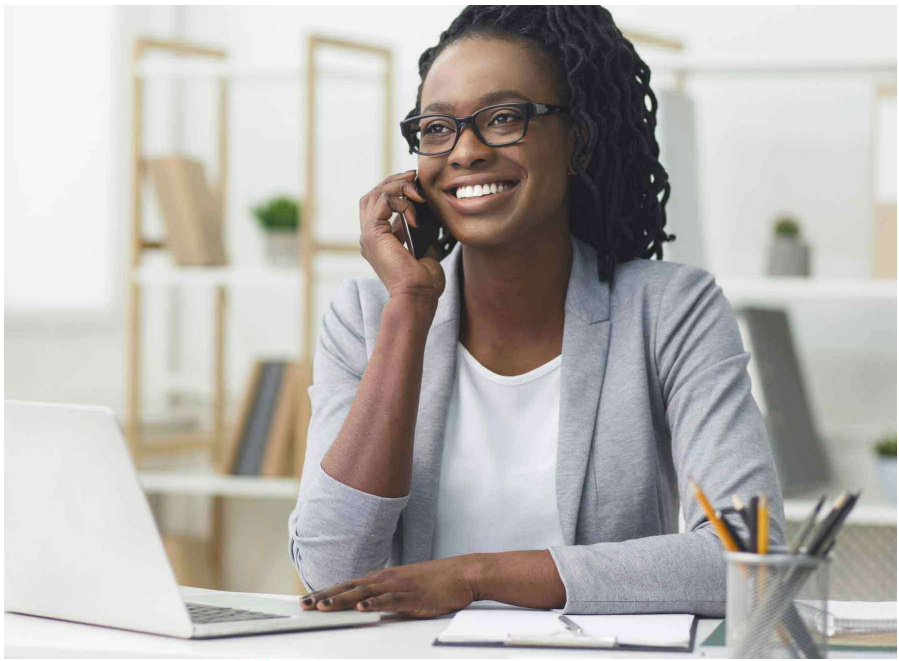




Prospecter : Engager une collaboration !

Téléphone, e-mail, réseaux sociaux, rencontre physique ...

Se présenter de manière impactante



- Vous** : Accroche personnalisée
- Moi** : Synthétique, percutant (et adaptée)
- Nous** : Objectif de la prise de contact

Susciter l'intérêt sans trop en dire si objectif RDV

Quel est le moyen opportun pour prendre contact ? Que est le moment ?





Prospecter : Engager une collaboration !

Ecoute active !

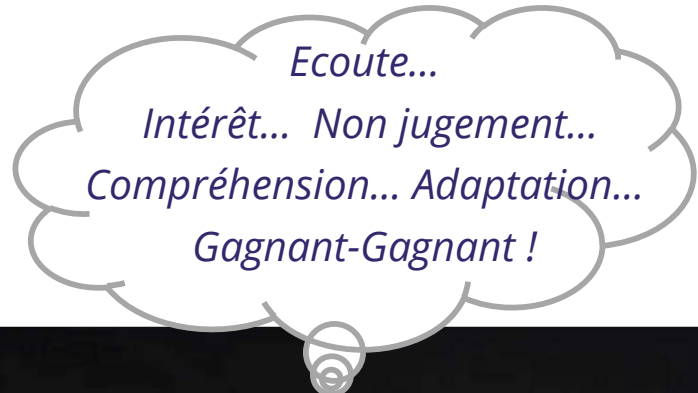
S'intéresser sincèrement à la personne

Vous ne le rencontrez pas pour vous présenter à lui...

Mais pour que LUI se présente à vous !

Le faire parler...
Le faire parler encore...
Et encore...

Plus vous en saurez mieux vous rebondirez !





Prospecter : Engager une collaboration !

Envisager une collaboration



« La puissance ne consiste pas à frapper fort ou souvent mais à frapper juste »

Balzac



Prospecter : Engager une collaboration !

Déjouer les objections

Plus vous en saurez mieux vous rebondirez !

*Présenter des offres en lien avec ses besoins,
qui répondent à ses attentes,
qui font sens avec qui il est...*

C'est 80% d'objections en moins !

Associées à des arguments valorisants
et c'est gagné !





Fidéliser : Entretenir la relation partenariale !

Un travail d'équipe !

Ouverture par le/la chargé-e de développement

Prise de relais des collaborateurs ensuite

Cohérence et continuité de l'offre

Satisfaire le client pour le fidéliser

Lien avec vos collaborateurs

Gestion de difficultés

Suivi de la collaboration

↳ **Crédibilité lors des futurs échanges**





Fidéliser : Entretenir la relation partenariale !

Un lien durable



Fidéliser un partenaire est primordial !
Sinon prospection en continue... Energivore !

- Une démarche régulière
- Un plan d'actions défini et adapté

Transformer un partenaire en prescripteur !
Un partenaire satisfait devient votre meilleur commercial !

- Remercier – Reconnaître



Fidéliser : Entretien la relation partenariale !

Actions de fidélisation : Quelques idées

Entretien le lien et reconnaitre leur fidélité :

- *Dire tout simplement Merci...*
- *Assurer une fréquence de contacts : visites, téléphone, mailing, newsletter, etc.*
- *Inviter les meilleurs clients à des manifestations culturelles, sportives, etc.*
- *Offrir des goodies personnalisés*
- *Organiser des évènements/moments conviviaux de remerciement (individuel ou collectif) : Petit déjeuner, Déjeuner, After-work, soirée...*
- *Relance par anticipation des missions habituelles et ponctuelles*
- *Relance des clients ayant arrêté leur collaboration (non expliquée)*
- *Etc.*

Des étapes importantes

- **Avoir une vision** : Donner du sens !
- **Définir la stratégie** : Identifier les axes de développement pertinents et prioritaires !
- **Prospecter** : Engager une collaboration !
- **Fidéliser** : Entretenir la relation partenariale !



CHOUCHOUS, BEIGNETS,
BOISSONS FRAICHES !



*Bases de la prospection commerciale en
SIAE*





The image features a top-down view of several raspberry popsicles and fresh raspberries scattered on a light-colored, textured surface. The popsicles are a vibrant red color, and the raspberries are fresh and bright red. The scene is decorated with red dotted lines and solid red curved shapes in the corners, creating a modern and fresh aesthetic.

**MERCI !
À BIENTÔT !**