

RENCONTRER DES CLIENTS POTENTIELS GRÂCE AU RELATIONNEL DES AUTRES

Selon une étude réalisée par l'université de la Sorbonne, 50 % des entreprises placent la prospection comme la première de leurs priorités.

Pour développer son *chiffre d'affaire*, tout entrepreneur a besoin d'accroître sa clientèle.

S'il est facile d'identifier des prospects (taille de l'entreprise, secteur d'activité...)... il n'est pas évident d'obtenir un rendez-vous avec eux. Pourtant, cette première rencontre est essentielle.

Comment surmonter le barrage classique du secrétariat vous indiquant que la personne que vous cherchez à joindre est en réunion, rendez-vous ?

Ne baissez pas les bras : avez-vous pensé à l'actif relationnel de vos amis et relations ?

L'actif relationnel se définit par le « relationnel » d'un individu collecté au cours de sa vie personnelle et professionnelle. Il s'agit de fait, d'un potentiel aussi important que mal connu. Strictement personnel et confidentiel, il représente une infinité de connexions possibles avec celui des autres,... sous réserve de s'en donner les moyens !

Méthode classique : Pour rencontrer une personne qui pourrait faire partie du réseau d'un de vos contacts, vous pouvez téléphoner à chacun de vos amis, anciens collègues ou contacts professionnels liés à vos précédentes activités.

Trois leviers pour obtenir des recommandations de vos contacts :

1. Vous comptez dans votre réseau de nombreux contacts susceptibles de vous introduire auprès de vos prospects. Mais votre réseau est-il au fait de ce que vous proposez ? Les avez-vous tenus informés de la création de votre auto-entreprise ? Ne coupez pas les ponts ! Ces professionnels influents sur leur marché peuvent vous aider dans votre recherche de prospects. En retour, soyez vous-même force de proposition et n'hésitez pas à leur communiquer les informations qui pourraient leur être utiles : articles de presse, coordonnées de contacts, etc.
2. Vos clients eux-mêmes peuvent devenir des ambassadeurs de votre produit ou service ! Si votre client est satisfait, il sera certainement enclin à les présenter à ses propres contacts. Profitez de la fin d'une mission pour le lui demander !
3. Afin de trouver des introducteurs qui pourraient vous accompagner dans la recherche de contacts qualifiés chez vos prospects, les clubs d'entrepreneurs ou d'auto-entrepreneurs peuvent vous permettre de développer votre réseau relationnel et de multiplier les occasions de rencontres avec vos prospects.

La solution innovante : le ReKommending, pour toucher en quelques minutes la personne qui connaît votre prospect

Imaginez un endroit où vous pourriez avoir accès au carnet d'adresses de toutes vos relations... sans donner le vôtre...

Imaginez un service qui vous offre la possibilité de négocier des recommandations pour l'obtention de rendez-vous auprès de millions de prospects potentiels...

Cet outil vient d'être inventé et a un nom : le ReKommending®, déployé par le nouveau réseau social d'affaires : JKPM.

Comment ça marche ?

Vous souhaitez rencontrer Monsieur X. Le moteur de recherche de JKPM va vous rapprocher de Monsieur Y qui a déposé confidentiellement sur JKPM les Noms et Prénoms de ses relations, dont Monsieur X.

Monsieur Y reçoit anonymement votre demande de mise en relation auprès de Monsieur X et, si il y trouve un intérêt, va entamer avec vous une négociation libre et sans tabou grâce à la messagerie privée et anonyme de JKPM (K'Room). L'anonymat ne sera levé que d'un commun accord, ... ou jamais s'il n'y pas d'intérêt réciproque.

Que vous soyez jeune entrepreneur ou dirigeant déjà établi à l'international, votre interlocuteur n'en sait rien. Seul le projet que vous lui présentez pourra influencer sa décision de vous recommander ou non.

Le plus dur est de pouvoir rencontrer son prospect, pour avoir au moins la chance de le convaincre !

Une étude montre que la prospection représente 90% du temps dans la signature d'un contrat. Grâce au ReKommending® vous allez pouvoir gagner du temps en négociant directement et confidentiellement des rendez-vous avec vos prospects et vous consacrer plus activement à la négociation.

Dans un contexte de concurrence nationale et internationale acharnée, le succès d'une entreprise repose non seulement sur sa capacité à anticiper, former, innover et exporter, mais aussi à choisir les meilleures solutions pour améliorer sa performance commerciale.



Philippe MANGEARD

Fondateur du réseau social JKPM
Vice-président d'Ubifrance

JKPM