

Valoriser son actif relationnel et profiter de celui des autres

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

Comment rencontrer des clients potentiels grâce à l'actif 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 introduceurs 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.

ÉCRIT PAR

Philippe Mangeard
Vice-Président
Ubifrance



VOIR SON
PROFIL »