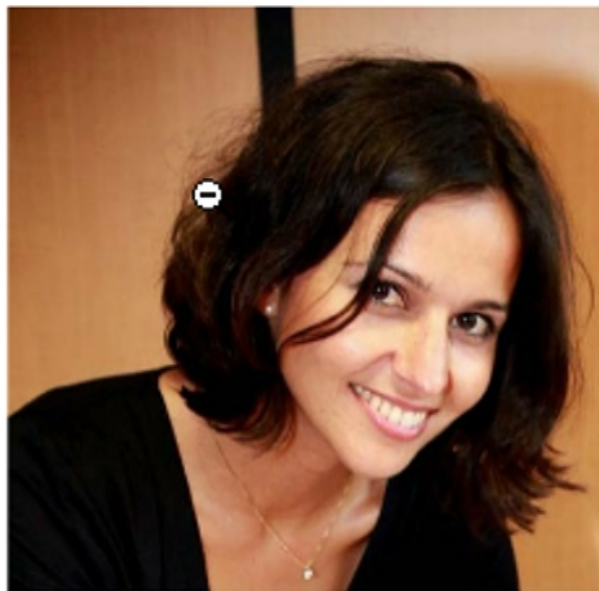


# Comment acquérir de nouveaux clients en 10 points ?

Rubrique mensuelle 100% pratique, par Valérie Higuero et Delphine Pic, dirigeantes de MBD Consulting, première société de marketing externalisé dans le 06.

**R**enouveler votre portefeuille de clients est vital pour votre activité. Plus que jamais, c'est le professionnalisme qui fait la différence. Quelques pistes :

- Prenez le temps de bien définir votre cible.
- Prospecter est chronophage, consacrez une partie de votre temps de travail à sa réalisation et... tenez-y vous.
- Fixez-vous des objectifs et inscrivez-les dans un tableau de suivi (nombre d'appels, de conversations, taux de transformation en rendez-vous, en devis, en affaires...).
- Construisez-vous un bon fichier, tenez-le à jour, récoltez de nouveaux contacts. Les sources de prospection sont multiples. D'abord les recommandations, les réseaux sociaux professionnels (Linkedin, Viadeo...), les bases de données, les événements (salons, conférences...).
- Écrivez un script ! Avec la préparation préalable des réponses aux objections et aux questions les plus fréquentes. Testez-le et ajustez-le au fur et à mesure des appels.



Valérie Higuero (MDB Consulting).

- Préférez un logiciel de CRM (*Customer Relationship Management*) plutôt qu'Excel, vous pourrez avoir un meilleur suivi de votre base de contacts.

- Manifestez-vous en variant les approches : téléphone, mailing, emailing...

- Relancez régulièrement, en utilisant tous les outils de communication : invitation à un salon, e-mail personnalisé (soignez le titre), brochure sur votre dernière innovation, lien Internet sur un article...

- Essayez de devenir indispensable : des informations exclusives, des bons tuyaux à exploiter... Devenez

expert dans votre domaine, et votre prospect vous gardera à l'esprit.

- N'hésitez pas à changer d'interlocuteur en cas de ventes complexes. Adressez vos relances à plusieurs personnes, vous éviterez de créer un sentiment de harcèlement. Si le cas s'y prête, adressez vous au n+1, peut-être via votre propre supérieur pour ménager les susceptibilités.

Et n'oubliez pas que l'activité de prospection contribue positivement à la notoriété de votre entreprise et de son offre auprès de votre cible.