

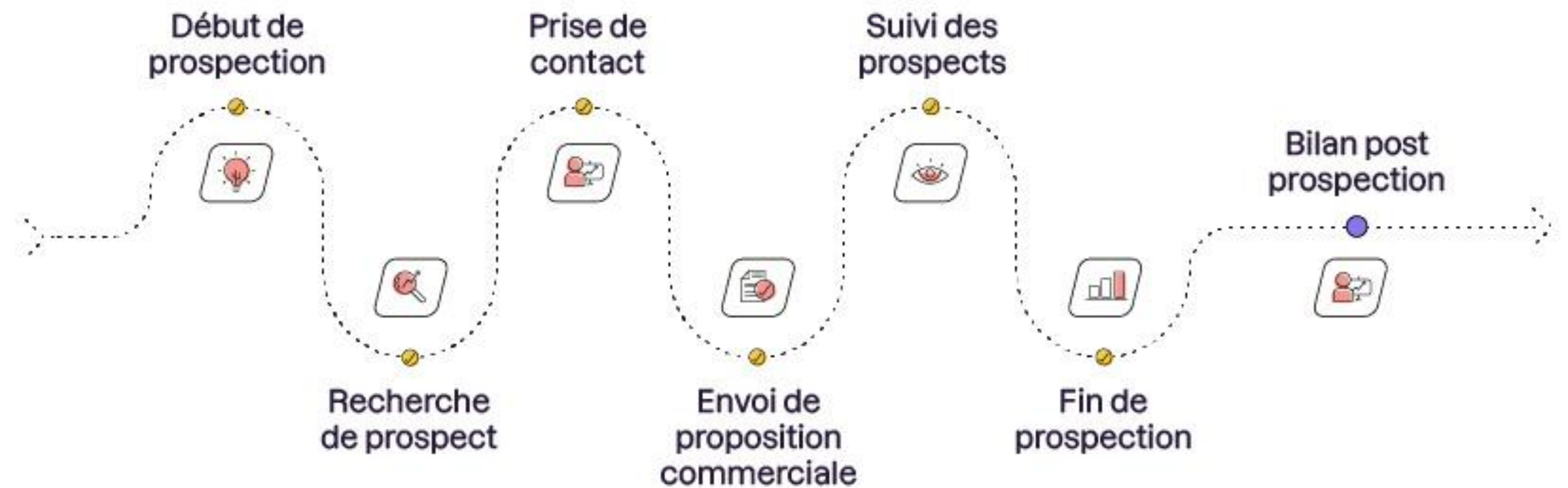


1 Découvrir les types de prospection pour choisir les stratégies adaptées.

2 Définir un plan de prospection en fixant des objectifs et des actions.

3 Choisir les outils adaptés comme un CRM ou Trello pour organiser la prospection.

4 Assurer le suivi des performances avec des indicateurs clés (KPI).



Bonnes pratiques 👍

- ✓ Connaître son offre en maîtrisant ses caractéristiques et sa valeur ajoutée.
- ✓ Définir sa cible en identifiant les besoins des prospects.
- ✓ Fixer des objectifs SMART pour un plan structuré et mesurable.
- ✓ Varier les canaux de prospection pour maximiser les chances de contact.
- ✓ Personnaliser les messages pour capter l'attention des prospects.
- ✓ Suivre les interactions pour relancer efficacement.
- ✓ Analyser les KPI pour ajuster la stratégie en continu.
- ✓ Se former régulièrement pour optimiser ses techniques de vente.

Erreurs classiques 👎

- ✗ Ne pas définir d'objectifs clairs, rendant la prospection inefficace.
- ✗ Cibler un public trop large au lieu de qualifier les prospects.
- ✗ Utiliser un seul canal et limiter les opportunités de contact.
- ✗ Envoyer des messages génériques, sans personnalisation.
- ✗ Négliger le suivi des prospects, entraînant une perte d'opportunités.
- ✗ Ne pas analyser les résultats, empêchant toute amélioration.
- ✗ Prospecter en "vagues" au lieu d'adopter une approche continue.
- ✗ Ignorer la concurrence et ne pas adapter son argumentaire.

Définitions 🔍

Plan d'actions de prospection
Stratégie détaillée définissant les étapes, outils et ressources nécessaires pour identifier, contacter et convertir des prospects en clients.

B2B (Business to Business)
Vente de produits/services entre entreprises.

KPI (Key Performance Indicator)
Indicateurs pour mesurer l'efficacité des actions.

Inbound marketing
Attirer les prospects via du contenu pertinent.

Cycle de vente
Processus entre la prospection et la conclusion d'une vente.