

Dix Façons de Décrocher de Nouveaux Clients - Comment réussir durablement dans les ventes by David R Ednie

Dix façons de décrocher de nouveaux clients - Comment obtenir les performances de vente durables.

par David R Ednie, Président,
SalesChannel Europe SARL

Introduction: Vous avez remarqué que dans une équipe commerciale, certain(e)s explosent leurs objectifs alors que d'autres sont toujours en dessous ? Pourquoi les un(e)s réussissent alors que les autres échouent ? Pourquoi autant d'écarts de performances au sein d'une même équipe ? Certain(e)s sont-ils simplement meilleur(e)s que d'autres ? Oui sans doute. Mais je suis persuadé qu'il n'y pas que ça. Commercial depuis près de 25 ans, j'ai décelé des éléments très spécifiques qui sont, je crois, la base de tout succès.

Examinons les étapes fondamentales de tout process commercial :

- 1/ Déceler une opportunité.
- 2/ Comprendre les besoins du client
- 3/ Faire une offre.
- 4/ Négocier... et conclure.

Les formations traditionnelles ont tendance à se focaliser sur la quatrième étape (négociation et conclusion) : si vous doublez votre taux de signatures, vous augmenterez vos ventes de 100%. Question : est-ce vraiment possible et réalisable? Je ne pense pas. Alors quelle est la clé du succès pour un commercial

aujourd'hui? La réponse est au début du process : identifier les opportunités. En rencontrant plus de clients potentiels, vous ferez considérablement progresser votre taux de réussite. En doublant le nombre de prospects et en maintenant votre taux de conclusion, vous doublerez votre nombre de ventes.

Donc La recette est donc simple : ne-cessez-jamais-de-prospecter...

1. Salons, conférences, expositions et congrès.

Pour prospecter, dit-on traditionnellement, il faut éplucher journaux, magazines, revues spécialisées, newsletters, etc. Mon expérience m'a montré que ces approches très conventionnelles produisent des résultats très conventionnels... et généralement peu convaincants. Je leur préfère une technique très simple et qui m'a souvent réussi. Essayez-la et vous verrez combien de prospects qualifiés vous dénicherez en investissant trois heures de votre temps.

Salons, conférences, expositions et congrès : profitez au maximum de tous ces événements. Ceux qui concernent de près ou de loin vos clients potentiels sont de vraies mines d'or. Il suffit juste d'y consacrer un peu de temps pour parler aux gens... N'hésitez pas à vous adresser à tous les gens que

Dix Façons de Décrocher de Nouveaux Clients - Comment réussir durablement dans les ventes by David R Ednie

vous rencontrerez auditeurs lors des débats, personnes croisées à la cafeteria, experts, panélistes, exposants, visiteurs. En fait, tous ces gens rêvent de vous expliquer ce qu'ils font, parler de leur société et de leurs produits. Laissez-les vous vendre leur affaire. Apprenez grâce à eux ce qu'on doit savoir de leur secteur, quels en sont les acteurs-clé, leur argumentaire, leur positionnement et à chaque fois que c'est possible, leurs points faibles. Et repartez-en avec une cargaison de cartes (sans oublier le catalogue de l'événement, en général une véritable bible pour tout prospecteur).

2. La Magie du 'Networking'

Finalement, prospecter, c'est **"réseauter" avec un objectif**. Pour être un bon "réseuteur", vous devez rencontrer un maximum de gens, aborder chaque rencontre avec un objectif précis et conserver à l'esprit la règle du n+1 : peu importe si votre interlocuteur n'est pas un client direct. L'important est qu'il connaisse au moins un de vos clients potentiels, avec qui vous souhaiteriez entrer en contact et à qui, au final, vous ferez une proposition.

Comment devient-on un bon réseuteur? Je conseille d'abord de fréquenter un ou deux réseaux organisés de toutes sortes (business clubs, associations, anciens élèves, etc...). Ensuite, de

constituer un dossier avec les participants à ces réunions et le mettre à jour très régulièrement. Enfin, n'oubliez jamais de faire vivre votre réseau en maintenant vos contacts et en les élargissant.

Vous améliorerez aussi la qualité de votre réseau en réfléchissant à la façon d'aider certains contacts. "Donner avant de recevoir" est la règle de base du succès dans le networking. Avec le temps, vos efforts seront récompensés. Et puis surtout, il faut que le networking devienne une habitude. Ne jamais cesser de réseauter pour ne jamais cesser de prospecter...

3. "Réseauter" sur le Web

Aujourd'hui, nous avons tous accès à une palette incroyable d'outils de recherche sur Internet. A nous de les utiliser pour prospecter. On peut utiliser ces outils avec la précision du laser pour cibler de nouveaux clients. Par exemple **en « googlisant » n'importe qui**. Mais on peut aussi effectuer des recherches extrêmement efficaces grâce à des outils de relations comme Linked-in, OpenBC ou Viaduc.

Profitez-en pour maximiser vos réussites. Récemment, j'ai fait une recherche sur Linked-in en me concentrant sur des spécialistes high-tech basés à Paris. Je les ai ensuite classés par le nombre de contacts dans leurs réseaux personnels. Mon objectif était de rencontrer ceux qui arrivaient en

Dix Façons de Décrocher de Nouveaux Clients - Comment réussir durablement dans les ventes by David R Ednie

tête de ce classement puisque ce sont eux qui peuvent me mettre en relation avec le plus grand nombre de contacts utiles (la théorie du n+1, voir mon article précédent sur la Magie du réseau).

Il y a quelques semaines, lors d'un vol Stockholm-Paris, j'étais assis à côté de Yann Mauchamp, responsable France pour OpenBC. C'est un vrai pro, hyper-sérieux, qui compte près de 3500 personnes dans son réseau personnel de contacts professionnels. Tout à fait le genre de type que j'ai envie de connaître... avec des relations comme lui, on peut devenir une vraie machine à prospecter.

4. Parler partout

C'est mon arme favorite et je peux vous assurer qu'elle fonctionne très bien depuis de nombreuses années : se faire connaître à travers des interventions en public. Cela exige évidemment d'acquérir une expertise dans un domaine particulier, ce qui est plus facile que vous ne l'imaginez.

Choisissez d'abord un domaine que vous pouvez approfondir et qui vous passionne, ou bien un domaine où vous en savez plus que la plupart des gens. Ensuite, saisissez toutes les opportunités pour intervenir en public, développer votre sujet, participer à une table ronde ou à un débat, etc. Visibilité assurée.

Soyez certains qu'après chaque intervention, **des gens viendront vous voir, et vous donneront leur carte de visite.** Après avoir parlé à un groupe, vous n'êtes plus la même personne. Vous êtes désormais considéré comme un expert, presque un gourou. Du coup, tout le monde veut vous rencontrer, vous parler et récolter votre carte...

Cette histoire de carte n'est pas anodine. Ramassez-en un maximum. Utilisez cette technique du discours pour faire venir à vous les contacts, au lieu d'aller les chercher. Un bon moyen de mettre toutes les chances de son côté.

5. Exploitez l'éco-système de vos clients

L'idée, ici, est de prospecter aussi parmi les clients, les fournisseurs, les partenaires et les concurrents de votre prospect. En d'autres mots : dénicher des opportunités au sein de son écosystème professionnel. Voici trois exemples très simples :

Les clients de votre prospect : imaginons que l'un de vos prospects est un fournisseur des transporteurs maritimes. Or votre société vend un logiciel de gestion des ressources humaines qui serait parfait pour gérer les équipages. Demandez à votre prospect de vous mettre en contact avec trois de ses principaux clients.

Dix Façons de Décrocher de Nouveaux Clients - Comment réussir durablement dans les ventes by David R Ednie

Les fournisseurs de votre prospect : Un autre de vos prospects utilise des PC d'un grand fabricant. Or votre société propose une solution logicielle économique et fiable sur certaines configurations des machines de ce fabricant. Demandez à votre prospect de vous mettre en contact avec ce fabricant, puis proposez votre solution aux partenaires commerciaux de ce dernier.

Les concurrents de votre prospect : Ce sont d'excellentes cibles.. pour vous. Ils rencontrent souvent les mêmes problèmes que votre prospect et vous disposez d'une expérience de première main pour les résoudre. En plus d'être n fournisseur établi du secteur, vous bénéficierez d'un client de référence dans le secteur.

Naviguez au sein de la supply chain de votre prospect : vous y découvrirez une mine d'opportunités commerciales pour vos produits ou services.

6. Exploitez le réseau et le savoir des journalistes

Les journalistes ont en général un bon carnet d'adresses et une certaine connaissance de leur secteur qui peut vous être utile. En bref, ils ont une vue d'ensemble de ce qui se passe dans votre secteur et connaissent du monde... Tout à fait le genre de personnes que vous

aimeriez rencontrer. Parce que les journalistes parlent aux leaders de votre secteur, à vos concurrents et même à vos clients, essayer de vous rapprocher d'eux et de les faire entrer dans votre « équipe virtuelle ».

Une bonne piste est de renverser les rôles en... **interviewant un journaliste.** Comment ? Invitez-le par exemple à une table ronde que vous organisez et demandez leur de présenter leur vision du secteur ou de ses tendances futures. D'abord, cela vous offrira une certaine crédibilité (un journaliste sera normalement considéré comme un observateur indépendant). Ensuite parce qu'une fois qu'il aura participé à ce genre d'événement, **il parlera probablement de vous et de votre entreprise.** Vous pouvez aussi lui proposer d'animer un événement professionnel ou à destination de vos clients. Si le résultat est intéressant, vous en profiterez et votre offre également.

7. Du bon usage des référents

Le meilleur moyen d'approcher quelqu'un que vous ne connaissez pas encore est de passer par quelqu'un que vous connaissez déjà. C'est la méthode des référents. Un bon référent vous donnera un accès privilégié à une audience « ouverte d'esprit ». Lorsque vous contactez quelqu'un via un référent, vous

Dix Façons de Décrocher de Nouveaux Clients - Comment réussir durablement dans les ventes by David R Ednie

acquérez immédiatement la confiance dont celui-ci disposait auprès de votre contact. N'hésitez pas à en faire usage lorsque vous vous faites votre proposition ou présentez votre idée. Votre succès commercial est directement lié au nombre et à la qualité des référents dont vous pouvez disposer.

Comment les trouver ? C'est simple : demandez-leur. Chaque personne que vous rencontrez est prête à vous donner des références... à condition de lui demander. La façon de demander est évidemment déterminante. Voici un exemple : à la fin de votre prochain rendez-vous avec un client, demandez-lui deux ou trois noms de collègues qui pourraient avoir les mêmes besoins que lui, puis demandez-lui si vous pouvez mentionner son nom et parler de votre discussion. Notez l'ensemble des coordonnées du référent et montrez bien, lors de votre prise de contact, que vous avez un solide référent (« C'est M. X qui m'a donné votre nom et qui m'a suggéré de vous contacter », etc). Une bonne introduction vous permettra de capter l'attention de votre prospect et vous ouvrira immédiatement de nouvelles portes.

8. Du bon usage des événements

Un bon moyen de rencontrer de nouveaux clients est d'assister à certains événements. Cela peut

aller d'une manifestation sportive à un cocktail professionnel. Il faut simplement **être là**. Allez voir un match ou une compétition où vous rencontrerez des gens ayant les mêmes passions que vous, ou même faire la connaissance de parents à une rencontre sportive d'un de vos enfants. Vous y trouverez souvent un contact direct ou un "n+1" qui vous amènera à un prospect.

Les cocktails ou autres rencontres professionnelles sont une excellente occasion pour inviter ces prospects que vous auriez du mal à rencontrer autrement. C'est souvent le cas avec des dirigeants, ces gens "sur occupés" et si difficiles à atteindre alors que ce sont eux les décisionnaires... L'idée est de proposer un événement si tentant – et une invitation si prestigieuse – que ces prospects-là feront tout pour venir. Mais faites en sorte d'inviter le plus grand nombre possible de ces prospects VIP. Ils s'en souviendront forcément plus tard, même s'ils ne peuvent pas venir.

La semaine prochaine, nous verrons comment apprendre à se faire recommander pour trouver de nouveaux prospects.

9. Se faire recommander

Aucun doute : rien de plus efficace qu'une bonne recommandation... D'abord parce vous avez moins besoin de vous vendre, vous et

Dix Façons de Décrocher de Nouveaux Clients - Comment réussir durablement dans les ventes by David R Ednie

vos produits, puisque cela a déjà été accepté. Il vous suffit d'être conforme à l'image et au potentiel qu'a présentés la personne qui vous a recommandé. Ensuite, à vous de démarrer une « conversation diagnostic » pour mettre à jour le problème de votre prospect. Faites-le parler de ce qui ne fonctionne pas, lui pose des problèmes ou le handicape. Vous serez comme un dentiste pourchassant la douleur. Plus la douleur sera forte, meilleure sera la vente...

Comment vous faire recommander ? Utilisez tout ce que vous avez dans vos bagages : vos atouts, vos réussites et vos objectifs. Parce que vous avez plusieurs gros clients qui vous assurent un réel volume d'affaires (atout), que vous avez résolu pour eux de réels problèmes (réussite), et que vous prévoyez de décrocher auprès d'un autre prospect un énorme deal (objectif). En montrant votre bagage à votre interlocuteur, vous le convaincrez vite de vous recommander à ses partenaires ou à des amis.

10. Se mettre à table

C'est l'une des méthodes de prospection les plus efficaces et les plus agréables, et pourtant, c'est l'une des moins utilisées. C'est le moyen le plus rapide d'avoir une « conversation privilégiée », où l'on échange réellement des infos et des idées. J'ai remarqué que le

gens sont bien plus ouverts, sincères et directs quand ils sont détendus et bien à table. Le véritable secret pour être un bon interlocuteur et amener les gens à s'ouvrir est extrêmement simple : parlez d'eux.

Posez-leur des questions : sur eux, sur ce qu'ils font, sur leur famille, sur ce qu'ils aiment ou détestent et sur leurs préoccupations. Votre intérêt, surtout s'il est sincère, sera récompensé par des informations qui peuvent se révéler précieuses : des faits, des opinions, des émotions... Solidifiez votre réseau en bâtissant les fondations d'une longue relation sur laquelle vous pourrez compter dans le futur.

Demandez-leur aussi ce qu'ils savent sur les domaines qui vous intéressent : tendances du marché et du secteur, les clients, les projets et les personnes. Et puis demandez-leur qui ils connaissent parmi leurs collègues, associés ou amis qui pourraient avoir les mêmes préoccupations. Fixez-vous à chaque fois un objectif : décrocher trois références avant le café ! Si vous faites tout cela bien, vous terminerez le déjeuner avec quelques milliers d'euros d'informations professionnelles et de données de marché, plus trois contacts et un(e) amie(e). C'est sans doute le meilleur retour sur investissement qui existe...

Une personne normale fait trois repas par jours et travaille cinq jours par semaine. Cela fait donc quinze opportunités de prendre un

Dix Façons de Décrocher de Nouveaux Clients - Comment réussir durablement dans les ventes by David R Ednie

repas avec quelqu'un chaque semaine. Donnez-vous un bit : 2 déjeuners, 1 petit déjeuner et diner par semaine. Il ne vous reste plus qu'à vous plonger dans votre agenda.

Et n'oubliez pas : **ne cessez jamais de prospecter...**

Pour toute information complémentaire, contactez-moi au +33 676 600 925.

David R Ednie President & CEO of SalesChannel Europe a sales consultancy based in Paris specialising in **Sales Performance Motivation**



blog: <http://saleschannel.blogspot.com>

web: www.saleschannel-europe.com

email: david@saleschannel-europe.com

Phone: +33 676 600 925