



6 ÉTAPES CLÉS POUR AUGMENTER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

PROSPECTEZ DE NOUVEAUX CLIENTS

Équilibre en prospection et fidélisation

Les deux jambes de votre chiffre d'affaires sont la prospection (trouver de nouveaux clients) et la fidélisation (mieux facturer aux clients et leur offrir une expérience inoubliable). Pour chercher de nouveaux clients différents moyens sont possibles :

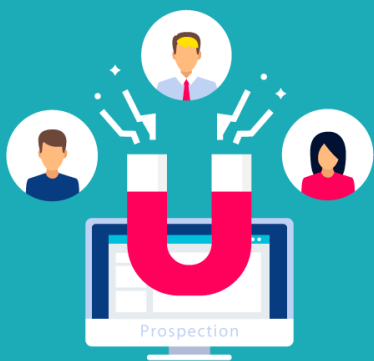
- Documents commerciaux (papier en-tête, carte de visite, carte de cœur,...)
- Publicité (Internet, tracts, courrier personnalisé...)
- Réseau (amis, banquier, clients, fournisseurs, Internet ...)



FAITES LA DIFFÉRENCE AVEC L'EXPERIENCE CLIENT

Les enjeux autour de l'expérience client sont colossaux

Une expérience client de qualité est un avantage concurrentiel assuré. Les enjeux sont colossaux. Fidéliser coûte en effet moins cher que prospecter. Hélas tous les ans, les entreprises perdent en moyenne 10% de leurs clients, soit 50% tous les 5 ans, selon une étude Harvard Business Review.



TRANSFORMEZ VOTRE SITE WEB EN MACHINE À PROSPECTER

Votre site : un apporteur d'affaires

Et laissez vos vendeurs, commerciaux, vendre. C'est-à-dire les convertir les prospects générés par votre site et réseaux sociaux . Un site web efficace est votre véritable apporteur d'affaires, et meilleure machine à prospecter et avantage concurrentiel à moyen terme.

Les consommateurs d'aujourd'hui en B2C et en B2B recherchent des informations avant de prendre contact avec un commercial. dans 61% des cas, l'achat est décidé en ligne.





6 ÉTAPES CLÉS POUR AUGMENTER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

FOCUS SUR LE CLIENT IDÉAL

Le persona

Évitez de disperser vos efforts et identifiez une cible précise. Focalisez-vous sur le persona, à savoir votre client idéal.



Si vous visez une cible trop large vous risquerez :

- de toucher qu'une infime partie de cette cible et vous dilapiderez votre budget marketing;
- de perdre du temps dans la prospection de client qui ne sont pas intéressants pour vous.

RESTEZ FIDÈLES À VOS VALEURS



Ne jamais aller à l'encontre de ses valeurs

Gardez le même cap sur votre vision, revoyez si besoin votre Business model et mettez de côté les clients non rentables, les devis inutiles, les appels d'offres mal ficelés etc. Concentrez-vous sur les meilleurs clients à savoir votre "client idéal".

OPTIMISEZ VOTRE MARKETING ET PROFITEZ DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les techniques d'Outbound marketing, qui consistent à pousser votre offre exceptionnelle vers le client (affichage, radio, TV, presse, display..) sont de plus en plus contestées car de moins en moins Roiste. A présent il faut attirer le client grâce à l'Inbound marketing. Vous parvenir par exemple à produire du contenu informatif et hautement qualitatif à chaque étape du cycle de vente.

Formez vos équipes au Social Selling. Cette technique permet de trouver de nouveaux clients via les réseaux sociaux. Il vous permettra de porter vos messages et de générer des leads.

