

17 sources de prospection !

Tout le monde est confronté, à un moment donné, à **une baisse d'inspiration quant au fait de trouver de nouveaux clients.**

L'impression d'avoir usé sa liste de noms, d'avoir utilisé au maximum son cercle d'influence, d'être seul avec son carton de produits...

D'ailleurs bien trop nombreux pour une seule vie! *Vous voyez de quoi je parle?*

Un sentiment de voie sans issue qui peut amener au don de votre super crème et à l'abandon...

Alors voici des sources de prospection afin de **ne plus jamais connaître ce sentiment et faire perdurer le rêve de liberté financière!**

Ces astuces permettent de vous faire connaître et surtout faire connaître votre activité auprès de prospects de tous horizons.



1- Le car wrapping

Le “car wrapping” est l’habillage de votre voiture au moyen d’un film protecteur.

Il peut se faire pour différentes raisons : autre couleur, une petite touche personnalisant ainsi votre voiture, film imprimé avec votre publicité...

Regardons ensemble quelques chiffres :

D’après le site « faire-connaître-mon-entreprise.fr », la publicité sur voiture peut amener **3000 à 7000 vus par jour suivant nos déplacements.**

Mais aussi et surtout, c’est **une publicité appréciée par 80% des personnes** qui la trouvent dynamique et distrayante.

De plus, elle a un potentiel de pénétration mémorielle très importante par rapport à une publ classique dans l’esprit des gens.

Même si l’investissement de départ peut être un frein, difficile de ne pas prendre en considération le potentiel de cette machine à prospection!

Avec un design et des informations bien choisies, cela peut faire des ravages auprès de l’école de vos enfants ou de votre club de sports!

Imaginez le nombre de personnes qui pourront prendre l’information sur des années...

D’ailleurs, les distributeurs qui gagnent une voiture avec leur compagnie, est en général marquée par le logo de la société !

2- Les associations de votre ville

Suivant les produits ou services que vous avez à présenter, de nombreuses associations de votre ville seront heureuses de vous accueillir et d’organiser pour vous cette réunion.

Ma petite ville, d’environ 6500 habitants, abrite plus de 130 associations...

Autant dire qu’il serait incroyable que toutes vous refusent une réunion.

Etant souvent en lien avec les associations de 3ème âge, **celles-ci cherchent en permanence à créer des activités peu coûteuses dans leur salle de réunion.**

Vous pourriez, sans problème, leur apporter cette solution et animer leur goûter!

Et pour vous, c'est la garantie de la présence d'un grand nombre de personnes qui ne raterait pour rien au monde les retrouvailles avec leurs amis...

3- Les bourses aux vêtements

Les bourses aux vêtements, les bourses aux jouets, les vides greniers sont devenus des événements incontournables dans chaque quartier de ce pays.

Avec le prix d'un emplacement qui tourne autour des 15-30 euros la journée, **l'investissement de base est peu onéreux !**

Il est interdit de vendre dans les lieux habituellement destinés à la commercialisation des biens et des services selon l'article L121-21 du code de la consommation.

Mais les distributeurs peuvent présenter leurs marchandises et prendre des contacts...

Vous pourriez même en profiter pour vous débarrasser de toutes ces choses devenues inutiles qui embarrassent votre bureau!



4- Chez les commerçants

Il y a plusieurs moyens de mettre en relation votre activité avec celle des commerçants afin que chacun y trouve son parti.

Certains commerçants sont prêts à gérer des dizaines de colis par jour pour quelques euros (plus exactement 10 centimes par colis) augmentant ainsi leur charge de travail juste pour accroître le trafic dans leur magasin.

Vous imaginez bien que la plupart serait ravi que vous organisiez une présentation dans leurs locaux.

Ils n'auraient pas de contrainte d'organisation.

Et plusieurs personnes se présenteraient dans leur magasin augmentant ainsi le passage dans les rayons!

Comment faire pour récupérer les coordonnées de prospects potentiellement intéressés par vos produits chez les commerçants ?

Avec l'accord de votre commerçant bien évidemment (en offrant un petit présent ou simplement par amitié ou entraide), **vous pouvez installer une urne et organiser un concours.**

Créez de petits bulletins d'inscription avec le nom, numéro de téléphone et adresse email et annoncer le lot à gagner en lien avec votre activité.

Vous aurez toute une liste de personnes s'intéressant à votre produit !

Ainsi par la suite, vous aurez tout le loisir de les recontacter et de leur proposer vos services ou articles !

Autres moyens de générer une liste de clients potentiels, c'est de tout simplement **laisser des questionnaires à votre commerçant.**

En contre-parti du questionnaire rempli, offrez une babiole.

Peu importe le prix de votre cadeau, les gens seront heureux du présent et le nombre de questionnaire rempli augmentera significativement.

5- Profitez des petits évènements pour vous faire connaître

Tout le monde, même dans son petit village, a droit à son loto, sa kermesse d'école ou bien encore sa tombola...

Nous sommes tous sollicités à un moment pour participer à l'organisation du carnaval (la fameuse buvette) ou contribuer aux différents lots.

C'est le moment de vous montrer généreux envers l'école de votre enfant ou l'association du club de foot de votre village.

Offrez un de vos produits comme lot et soignez l'emplacement et la taille de vos coordonnées.

Il y a de grandes chances que cette personne, sous l'enthousiasme de la victoire, vous approche au moins pour vous remercier de l'offrande que vous lui avez faite!



6- Exploitez les salons de professionnels

Fréquenter les salons professionnels est une vraie source de collaboration.

Les professionnels sont là pour discuter avec vous à travers leur stand.

C'est l'occasion d'imaginer créer avec eux des événements, des partenariats ou même des collaborations

C'est aussi **le moment de faire une moisson de cartes de visite et de créer des contacts à rappeler.**

Il n'est pas question de faire des présentations sur place.

Le but est de nouer des contacts, éveiller la curiosité.

Il faut prendre son temps et établir une confiance avec son interlocuteur. Vous pouvez voguer de stand en stand et faire connaissance.

L'idée est de s'intéresser à l'exposant et que celui-ci se souvienne de vous.

Vous demandez, par exemple, s'il est content du salon. Cherchez à trouver s'il a des problèmes dans son affaire et essayez d'identifier le besoin et peut-être pouvoir lui apporter une solution par la suite.

Des salons, dont le thème se rapproche de votre business, seront forcément plus faciles pour les rapports suivants.

Les adresses de ces salons se retrouvent en se rapprochant des chambres de commerce ou même sur Google.

Vous pouvez faire un planning sur l'année car en général il y en a un par an dans les villes.

7- Les présidents d'association de commerçants

Les présidents d'association de commerçants sont une piste d'opportunité de contact avec des gens que l'on souhaite plutôt entreprenants.

Mais bien au-delà de cela, ils vous introduisent auprès des commerçants susceptibles de vous écouter.

Vous allez pouvoir recueillir des informations sur les commerçants de cette association.

Le président est un ambassadeur.

En lui apportant gracieusement de l'aide, des conseils, des clients, il sera au fil du temps de plus en plus coopérant.

Il faut toujours que ce soit gagnant-gagnant. Ils sont au courant de ce que traverse les membres de leur association.

Alors le président de l'association sera un atout majeur dans votre approche avec les commerçants.

Il faut maintenir un lien qui dure dans le temps pour avoir des informations de plus en plus pointues.

Il est peut-être même préférable de commencer par voir ces présidents plutôt que les commerçants eux-mêmes pour avoir de meilleures informations sur le commerçant que l'on pensait aller rencontrer.

Vous pouvez facilement obtenir leurs coordonnées, en demandant simplement à un commerçant s'il fait partie d'une association et s'il peut vous transmettre les coordonnées du président.



8- Les organismes de formation

Ce sont des spécialistes de l'insertion professionnelle.

Ces organismes de formation ont toujours, dans leurs candidats, des entrepreneurs dans l'âme.

Il faut rencontrer ces organismes de manière professionnels et physiquement.

Offrez une conférence sur la vente directe, ce qui va vous placer en tant que grand professionnel de l'activité.

Vous pouvez demander à laisser une affiche sur les panneaux de propositions d'emploi afin de prendre des contacts.

9- Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont un moyen de prospections important si ceux-ci sont très bien utilisés.

N'hésitez pas à vous former et devenir un expert de Facebook, linkedIn ou autres pour ne pas perdre votre temps avec des actions inutiles.

Il est très facile de rebuter les futurs clients si votre approche n'est pas structurée. Et cela peut être chronophage et frustrant.

Il faut avoir une ligne directrice et le plus rapidement possible créer un formulaire de contact pour construire votre mailing list !

Cela afin de pouvoir établir une relation à long terme.

Mais quoi qu'il en soit, il faut que vous apportiez de la valeur ajoutée, créez un lieu d'échanges.

Votre profil ne doit pas seulement être une page commerciale. La part commerciale ne devrait comporter même pas 25% de vos publications.

Lorsque vous avez des questions sur votre opportunité ou produit, vous devez répondre par message privé afin qu'il y est un suivi personnalisé par la suite.

Pensez à cibler ses prospects idéals.

Si nous parlons à tout le monde, nous ne parlons à personne.

Il faut donc déterminer avec qui vous avez envie de rentrer en contact. Et il est toujours important de prendre son temps et de créer de la confiance!

10- Les étudiants

70% des étudiants ne mangent pas à leur faim, et n'arrivent pas à remplir leurs frigos!

Beaucoup sont à la recherche d'un complément de revenus (voir de plus), pourquoi ne pas aller présenter votre opportunité auprès des étudiants!

Ils sont d'ailleurs nombreux à avoir un travail en parallèle ou durant leurs vacances, alors il est nécessaire de les prendre en considération.

D'autant plus qu'ils sont en contact avec un grand nombre de personnes qui est dans la même situation.

C'est bien connu, les étudiants sont les révolutionnaires de la société, ceux qui idéalisent le monde de demain et qui ont des rêves plein la tête.

Alors autant leur montrer un système économique en pleine croissance et désigné comme l'entreprise du 21^e par certains économistes reconnus mondialement !



11- Fréquenter les clubs d'entrepreneurs

Les leaders sont des entrepreneurs.

Quoi de mieux que de fréquenter un club de personnes qui aiment entreprendre et qui sont impliqués dans des regroupements.

Vous pouvez obtenir la liste des associations d'entrepreneurs auprès de la chambre de commerce et de l'industrie de votre département.

Le but lors de ces rencontres, c'est vraiment de repartir avec le plus de numéros de téléphone, de cartes de visite possibles.

C'est le moment pour vous faire connaître mais sans parler de votre business. Vous serez là en tant qu'enquêteur !

Intéressez-vous aux participants, posez des questions, cherchez les besoins pour lesquels vous pourriez apporter votre solution.

12- Les business meeting

Et si l'on vous donnait 7 minutes pour convaincre, *que diriez-vous?*

Les speed dating business sont souvent organisés par la chambre de commerce et de l'industrie ou par les clubs entrepreneurs.

C'est un rendez-vous pour faire fructifier son réseau afin de créer des synergies et des collaborations.

L'action collective n'a jamais empêché le développement individuel de chaque entreprise.

Autre format de rencontre entre entrepreneurs, les apéro'rezo.

Étendre son réseau tout en s'amusant, voilà le concept !

Ces soirées importées des pays anglo-saxons, sont à mi-chemin entre l'apéro et les réunions de [networking](#) pour accroître son réseau professionnel.

Un moyen de rencontrer des professionnels dans une atmosphère détendue afin de repartir avec des cartes de visite pleines les poches.

C'est apéro'rezo sont organisés après le travail dans des bars, des restos, des boîtes de nuit.

Pour étoffer son carnet d'adresses, il est encore mieux de cibler des *afterwork* spécialement axés sur le développement de réseau professionnel.

Il est évidemment encore plus percutant de participer à des rencontres basées sur un thème en lien avec votre activité !

13- Les pôles d'activité

Les clusters, cela vous parle ?

« Ce sont des réseaux d'entreprises constitués majoritairement de PME et de TPE, fortement ancrés localement, souvent sur un même créneau de production et souvent à une même filière. Dans une économie mondialisée, les clusters permettent, en fédérant les énergies, de conquérir des marchés qui n'auraient pas été accessibles par des entreprises seules. Par raccourci, on désigne également par cluster la structure en charge du fonctionnement du réseau. »

Source : franceclusters.fr

Qu'est-ce que le cluster peut regrouper ?

- **des PME en réseau**
- **une activité dominante**
- **un territoire de proximité**
- **des coopérations**
- **des liens avec le territoire**

Prenons un exemple concret avec le cluster « je mange local ».

Cette association permet de repérer près de chez vous un produit, qui a peu voyagé et dont nous connaissons l'origine.

C'est un regroupement de producteur, point de vente afin de pouvoir développer un réseau efficace de vente directe.

14- Les foires et salons

Sans forcément prendre un stand (le cout est parfois cher), il est important de sortir de chez soi, de faire le tour des salons, de sympathiser avec d'autres VDI, d'autres entrepreneurs, d'autres indépendants.

Créer des contacts avec d'autres VDI c'est une ouverture sur le partage, l'échange, et l'entraide.

Pour les personnes qui rêvent d'avoir un stand dans des grands salons, des grandes foires ou des grands évènements, il faut savoir que les prix sont négociables.

Il ne faut pas avoir honte de donner son budget et OSER !

Lorsque vous avez un stand sur un événement, pour créer des contacts, il est important que tout le monde puisse remplir un formulaire de contacts.



15- Les formations

La formation est un pari sur l'avenir, un investissement sur son succès.

Il ne faut pas voir cela comme une dépense mais vraiment comme un investissement.

De plus cela permet de créer de nouveaux contacts avec de grands leaders mais aussi avec des personnes qui sont dans le même cas que vous, qui ont des besoins similaires et l'envie d'utiliser les mêmes stratégies.

C'est important de s'entourer par des personnes positives et désireuses d'apprendre chaque jour de la vie !

16- L'aubaine d'avoir des enfants

Si vous avez des enfants, vous voyez forcément où je veux en venir.

Une vie faite de multiples rendez-vous.

Je ne vais pas vous faire une liste des endroits que vous allez fréquenter « grâce » à vos enfants.

Mais vous allez visiter des lieux jusque-là inconnus... l'orthophoniste, le pédiatre, la crèche, la bibliothèque, la piscine...

Autant de possibilité de nouvelles rencontres et la possibilité de créer de nouveau lien.

Nous entendons souvent que lorsque nos enfants entrent à l'école, c'est un moment de la vie où nous nous créons un autre cercle d'amis.

Alors soyez ouvert à ses futures rencontres pour donner un nouvel élan à votre opportunité !

17- Les clubs sportifs et culturels

Nous faisons une activité dans le relationnel, il est donc indispensable de travailler sur ce point à chaque instant.

Un des endroits les plus faciles pour créer de nouvelles relations, ce sont les clubs de sport.

En effet, tout le monde y va avec une même intention.

Il est donc plus facile de parler à des personnes avec qui l'on a à coup sûr un sujet en commun !

Il en va évidemment de même pour toutes autres activités comme les ateliers peintures, le théâtre etc...

Ne mettez pas votre vie de côté, organisez-vous pour faire vos activités préférées.

C'est une manière d'investir sur son développement personnel, sur son entreprise et profiter de la vie comme il se doit.

Ces 17 sources de prospection, parmi tant d'autres, ne manqueront pas de faire grandir votre réseau de clients et de partenaires.

Mais comme rien ne marche sans la confiance que vous avez en vous et que les autres ont en vous, il vous faudra créer un lien fort avec vos prospects pour les amener à acheter vos produits, vos services ou à collaborer.

Soyez sérieux avec votre entreprise, les personnes vous le rendront !

C'était «**17 idées pour trouver de nouveaux prospects**»



Nicolas Benezeth

contact(arobase)nicobene.com