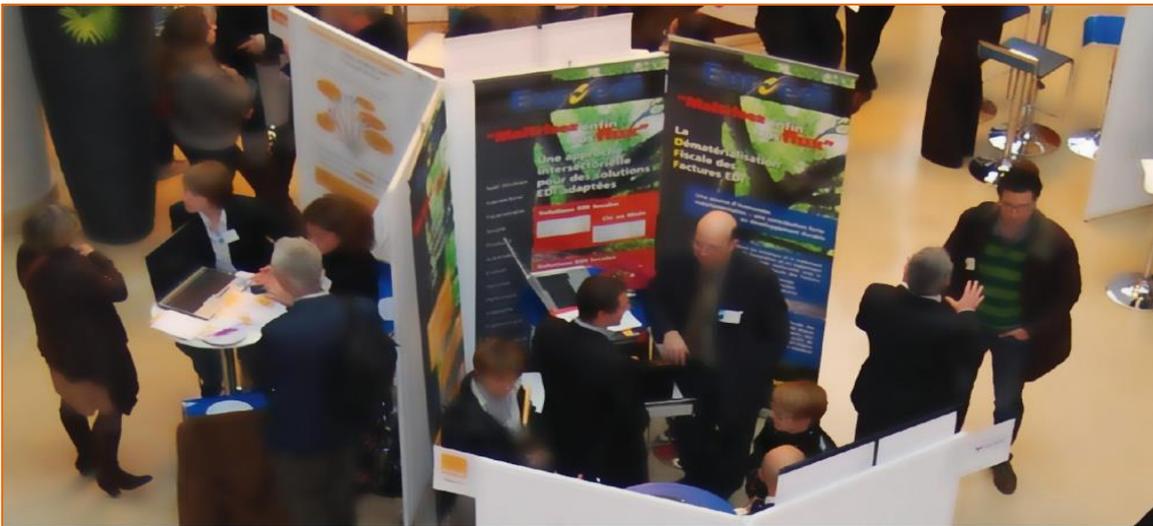




Table ronde nouveaux entrepreneurs 18 juin 2015

Compte-rendu



www.essonne.cci.fr

COMPTE-RENDU DU LA TABLE RONDE NOUVEAUX ENTREPRENEURS du 18 juin 2015 «STRATEGIE COMMERCIALE»

L'animateur, Mr Olivier Cerf, demande aux 34 participants de se scinder en 5 groupes pour échanger sur les expériences de chacun. Il rappelle également les modalités de fonctionnement des tables rondes de partage d'expériences, notamment le fait de désigner un rapporteur pour chaque groupe pour la restitution globale des échanges en fin de séance.

Restitution groupe 1 :

Les participants de cette table ont scindé la stratégie commerciale en 3 volets

- Volet n° 1 : L'offre
 - L'analyse du marché : identifier la valeur ajoutée de son offre,
 - Prendre du temps avec ses prospects pour bien analyser leurs besoins,
 - Feedback continu face à la réaction des prospects pour adapter son offre,
 - Mettre en avant le bénéfice que l'on va apporter aux clients et non ses caractéristiques,

- Volet n° 2 : Ciblage
 - L'importance de se fixer un objectif pour l'analyse des réalisations,
 - Indicateur de performance, vision du taux de conversion d'un prospect en client,
 - Veille Internet + veille papier,
 - Evaluation du contact utile, analyse du « combien coûte un client (temps passé, ...) »,

- Volet n° 3 : Plan d'action
 - Business model pour segmenter son offre,
 - Adapter son discours à son prospect,
 - Planifier, estimer les moyens, réajuster si besoin,
 - Moyens : e-commerce, Internet,
 - Faire fonctionner ses réseaux pour optimiser ses contacts,

Conclusion : Il faut être pragmatique, l'important étant de réussir, on apprend de ses réussites mais aussi de ses échecs.

Restitution groupe 2 :

Les participants de cette table ont la même approche que le groupe 1 mais rajoute :

- Qu'il faut savoir à qui l'on s'adresse, bien connaître son client et son modèle économique, faire preuve d'empathie et apporter une réponse adaptée,
- Bien construire et visualiser un discours de valeur,
- Répondre à ses enjeux business en étant complémentaire avec ses concurrents, ses confrères,...
- Faire appel à son réseau de compétences,
- Bien choisir sa cible,

Restitution groupe 3 :

Ce groupe s'est plus particulièrement orienté vers les outils efficaces pour une bonne stratégie commerciale :

- Recherche du besoin réel du client pour apporter de la valeur ajoutée,
- Faire attention au site Web gratuit (on en a pour son argent !!!),
- Evaluer la pertinence d'un salon professionnel,
- Faire appel à des relais, participer à des réunions (ex : tables rondes), participer à des réseaux (CJ2E, CCI,...), pour se faire connaître et pour créer des affinités plus importantes entre chefs d'entreprises par exemple,
- Le bouche à oreilles,
-  Sur ses devis, contrats, ... indiquer dans les conditions générales de vente « *satisfait ou remboursé* » cela permet d'apporter de la crédibilité à l'entreprise

Restitution groupe 4 :

Les participants de cette table souhaitent apporter quelques compléments aux commentaires précédents :

- La stratégie commerciale est une valeur ajoutée que l'on peut apporter par rapport aux autres,
- Importance de ce que l'on transmet via sa carte de visite (contenu, adresse mail (*type gmail pas très pro !*)),
- Soigner ses documents et sa présentation afin de faire bonne impression,
- Privilégier les réseaux : BNI,... comme ceux plus intimistes : (*FCE, CJ2E, réseaux locaux,..*) pour que les personnes qui vous connaissent transmettent vos compétences aux autres)

Restitution groupe 5 :

Pour finir ce groupe en parfaite adéquation avec les autres tables rappelle qu'il faut :

- Bien connaître son entreprise afin de définir sa cible,
- Analyser ses forces et ses faiblesses,
- Assurer une veille dans son domaine de compétences,
- Répondre aux appels d'offres (+ abordable que les MAPA)

Synthèse des échanges :

En résumé,

Il faut bien se connaître soi même pour s'adapter aux autres, il faut également bien connaître son client pour savoir ce qu'il attend de nous.

Penser à soigner son image, à favoriser le contact physique en organisant quelques moments privilégiés.

Bien réussir sa communication, viser sa cible directe et éviter les effets de multiplication, 1 ou 2 messages forts suffisent largement pour se faire connaître.

Ne surtout pas négliger son étude de marché, il faut qu'elle soit bien aboutie, pour ce faire on peut demander l'aide de la CCI par exemple,

Bien définir son budget de développement commercial, il ne suffit pas de vendre il faut assurer la prestation après la vente.

Attention aux clients prescripteurs ce n'est pas sans danger tant qu'ils travaillent avec vous, mais le jour où ils partent, ils partent avec tout le monde...

Il faut un temps pour chaque chose, on va vers le domaine où l'on a le plus d'appétence, on ne peut pas être bon dans tous les domaines et savoir tout sur tout.

Se faire aider dans les domaines où l'on est moins bon, par des confrères par exemple, développer son business ensemble car les autres ne sont pas des concurrents, cela permet de se renvoyer la balle, cette complémentarité de compétences est un gain de temps.

Penser qu'un client convaincu est un bon retour sur investissement.

Il faut rester vrai dans sa communication, il faut donc faire attention à tous les messages que l'on passe sur son entreprise.

Olivier Cerf et Ali Bentaïba remercient les participants pour tous ces échanges fructueux et souhaitent à tous un bel été.

A l'issue de cette séance, 34 participants sont restés pour le co-working.

Le prochain cercle de partage d'expériences aura lieu le :

Judi 24 septembre de 8h30 à 10h30 à la CCI Essonne sur le thème :

« Bien communiquer sur son entreprise »

Inscrivez-vous dès maintenant via le lien ci-dessous

<http://www.essonne.cci.fr/table-ronde-nouveaux-entrepreneurs-bien-communiquer-sur-son-entreprise>
