

TROUVER DES CLIENTS EN PERIODE DE CRISE

par Marie-Hélène TOMMASINO
8 ans d'expertise



Dans quelle situation êtes-vous ?

01

Vous avez envie de vous lancer mais vous ne savez pas comment trouver des clients.

02

Vous êtes entrepreneurs mais vous n'arrivez pas à avoir des clients réguliers.

03

Vous êtes entrepreneur et vous souhaitez augmenter votre CA.

MON BUT AVEC CE WEBINAIRE

 **Une méthode pour savoir exactement**

Aller à l'essentiel et gagner du temps pour trouver des clients.

Avoir les outils pour générer du chiffre d'affaires sans avoir des techniques de ventes manipulatrices

Avoir un cadre clair et structuré pour avancer dans la bonne direction

Diversifier ses sources de revenus

+

Diversifier ses sources d'acquisition

+

Se différencier

COMMENT JE SUIS ARRIVÉE ICI ?



Commerciale pendant 8 ans

2016 : Création de ma 1ère entreprise
(une marque de mode)

2018 : Je donne des cours d'entrepreneuriat



**2021 : Je forme les entrepreneurs
individuellement à créer et développer une entreprise
qui les rémunère et les épanouit.**



+ 100 accompagnements individuels

2024 : 16 000 abonnés sur LinkedIn

Invitée chez BFM Business



Des partenaires qui me font confiance



SOMMAIRE

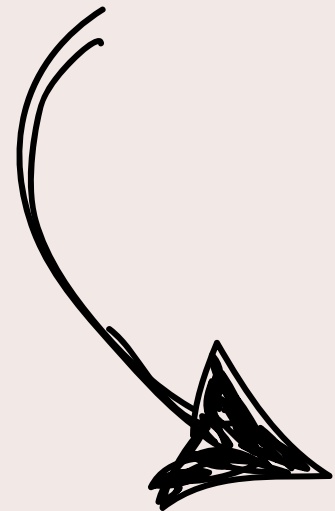
- ➔ **Partie 1 : 3 actions pour trouver des clients, même en période difficile.**
- ➔ **Partie 2 : Comment vendre sans difficultés, même si vous n'avez pas la fibre commerciale**
- ➔ **Partie 3 : Savoir vous démarquer sur un marché concurrentiel, même si vous n'avez pas un produit innovant**

Questions / Réponses

PARTIE 1

**3 ACTIONS CLES POUR
TROUVER DES CLIENTS**

VOUS N'AVEZ JAMAIS EU DE CLIENTS ?



RESSOURCES DISPONIBLES ET EXPLOITABLES

ACTION 1 : VOS RESSOURCES

1ER CERCLE : LE RELATIONNEL

- La famille
- L'environnement des enfants
- Les relations professionnelles
- Les amis
- Les anciens collègues
- Les prestataires de service
- Les commerçants et fournisseurs
- Organisations professionnelles, associations
- et club

2ÈME CERCLE : LES ENTREPRISES DANS MON SECTEUR

Commerçants & prestataires de service

- Boulangers, Bouchers, Primeurs
- Bureaux de tabac, Cafés, Restaurants
- Coiffeurs, Esthéticiennes
- Commerçants de proximité
- Gardiens d'immeuble
- Assistantes maternelles, Aides à domicile
- Entrepreneurs indépendants
- Professions libérales

3ÈME CERCLE : LES ACTEURS ÉCONOMIQUES DE MA ZONE

- Élus locaux
- Employés de mairie
- Responsables associatifs, bénévoles
- Clubs sportifs, culturels, économiques

**VOUS AVEZ DEJA DES CLIENTS,
MAIS C'EST IRREGULIER ?**

ACTION 2 : DIVERSIFIER ET FIDELISER

Quelle offre pour upsell ?

Petit produit, consulting, conseil etc

Quels clients vais-je relancer ?



VOUS N'AIMEZ PAS PROSPECTER ?

ACTION 3 : PROSPECTION DOUCE ET INVERSEE

1 – CREER UN SONDAGE POUR ECHANGER AVEC VOS PROSPECTS POTENTIELS

2 – PROPOSER UNE MINI OFFRE D'ESSAI OFFERTE

3 – INTERAGIR SUR LES RESEAUX

PARTIE 2

**VENDRE SANS DIFFICULTÉ,
MÊME SI TU N'AS PAS LA
FIBRE COMMERCIALE**

ON PENSE SOUVENT QUE

- **Vendre = insister pour forcer une personne à acheter notre produit ou service**
- **Il faut avoir avoir "la fibre commerciale" pour vendre**
- **Vous allez trouver des techniques de manipulation pour être acheté**

RAPPEL D'UN CYCLE D'ACHAT

Le client a un problème ou un besoin

Il fait des recherches

Il choisit l'offre qui résout son problème/répond à son besoin

BUY



CONCLUSION

Vendre = trouver une solution à un client.

Vendre c'est montrer la valeur de votre produit ou de votre service et pour ceci, vous devez répondre à problématique existante.



Vous devez avoir une proposition de valeur qui met en avant ce que vous apportez à votre client.

LES ERREURS FRÉQUENTES

1 Décrire les caractéristiques techniques de son produit

2 Parler avec votre jargon de professionnel

3 Ne pas se mettre à la place du client

Qu'est ce qui t'attire le plus ?

Découvrez mon programme fitness

Comment retrouver un corps dans lequel vous vous sentez bien, avec un programme sur mesure créé par un expert, et adapté à votre morphologie.

**Mettre en avant les bénéfices de votre offre
pour votre client**

Caractéristiques produits VS Bénéfice perçu

Quelques exemples



Le coffre mesure 3m cube.



L'appareil photo a une ouverture de 1,4.



L'ordinateur a un disque dur SSD.

Caractéristiques produit



Vous pouvez partir en vacances avec toutes vos affaires sans vous soucier de la place.



Cet appareil photo va vous permettre de faire des photos nettes dans un milieu sombre .



Cet ordinateur est rapide et va te permettre de diviser par 10 le temps passé sur l'ouverture d'un document ou l'ouverture d'un logiciel.

Bénéfice perçu par le client

PARTIE 3

SE DÉMARQUER SUR UN MARCHÉ CONCURRENTIEL

LES ERREURS DES ENTREPRENEURS

1

Se comparer aux autres et faire comme les concurrents pensant qu'on peut copier leurs stratégies

2

Penser que si il y a des concurrents, c'est qu'il n'y a plus de place et qu'il faut trouver un produit innovant

STRATÉGIE POUR SE DÉMARQUER :

5 FAÇONS DE SE DÉMARQUER

2

Définir une niche spécifique

Exemple : Création de vêtements pour grandes tailles avec des tissus éco-responsables.

STRATÉGIE POUR SE DÉMARQUER :

5 FAÇONS DE SE DÉMARQUER

3

Créer une expérience client exceptionnelle

Exemple : Offrir des guides de jardinage détaillés et des tutoriels vidéos sur l'entretien des plantes et du potager.

STRATÉGIE POUR SE DÉMARQUER :

5 FAÇONS DE SE DÉMARQUER

4

Utiliser ton histoire personnelle

Exemple : j'ai créé mon entreprise en 2016 et j'ai galéré toute seule, j'ai perdu du temps et de l'argent, aujourd'hui je permet aux entrepreneurs d'avoir une entreprise qui les rémunère et les épanouit.

STRATÉGIE POUR SE DÉMARQUER :

5 FAÇONS DE SE DÉMARQUER

5

Bâtir une image de marque forte

Par votre personnalité, ou par le design de votre entreprise.

STRATÉGIE POUR SE DÉMARQUER :



EN CONCLUSION

Vous effacez toute concurrence naturellement car votre client viendra acheter votre produit pour ce que vous offrez.

STRATÉGIE POUR SE DÉMARQUER :



EN CONCLUSION

De ce fait, le prix n'est plus un critère de choix pour le client car votre offre n'existe nulle part ailleurs.

CE QUE L'ON A VU ENSEMBLE :

- ✓ **Les actions concrètes pour trouver des clients**
- ✓ **Comment créer un discours commercial sans être "Le Loup de Wall Street".**
- ✓ **Se différencier pour valoriser son offre.**

Ebook offert

TROUVER DES CLIENTS

sans avoir l'air de vendre



QUESTIONS / RÉPONSES

