



Trouver des clients en période de crise

Quand l'incertitude s'installe, savoir comment continuer à **trouver des clients devient une compétence essentielle pour tout entrepreneur**. Cette fiche synthétise les **conseils pratiques** et les **leviers concrets** partagés lors du webinar animé par Laurence Galambert, experte en stratégie commerciale et marketing pour entrepreneurs.

L'objectif : vous transmettre en quelques minutes les clés pour garder le cap, adapter votre démarche commerciale et continuer à développer votre activité, même en période de crise.

 **Conseil** : La crise n'est pas un moment pour ralentir, c'est un moment pour s'ajuster.

 (re)Voir le replay du webinar : <https://www.youtube.com/watch?v=lhw-BON5QA4>

1. REPRENDRE LA PROSPECTION SOI-MÊME : UNE NÉCESSITÉ

"Quand le marché bouge, c'est à vous d'aller vers lui."

- **Pourquoi ne pas déléguer ?**

En période de crise, externaliser la prospection est risqué : vous êtes la personne la mieux placée pour parler de votre offre avec authenticité.

- **Ce que cela permet :**

- Se reconnecter à ses clients réels, pas idéalisés
- Réajuster son discours
- Reprendre confiance en sa proposition de valeur

- ✓ **Recommandation**

Bloquez 2 créneaux par semaine pour parler à vos prospects. Pas pour vendre à tout prix, mais pour comprendre leurs besoins actuels.

- 💬 **Conseil**

La prospection, c'est comme une séance de sport : au début on n'a pas envie, mais ensuite on est fier de l'avoir fait.

2. CLARIFIER SON OFFRE POUR LA RENDRE IRRÉSISTIBLE

"On n'achète pas un service, on achète une transformation."

- Posez-vous 3 questions :

1. À quel **problème concret** mon offre répond-elle ?
2. Qu'est-ce que mon client **obtient vraiment** (et pas juste une prestation) ?
3. En quoi **suis-je différent(e)** dans ma manière de résoudre ce problème ?

- **Mots-clés à intégrer dans votre communication :**

- **Résultats** : gain de temps, baisse de stress, croissance, efficacité...
- **Spécificité** : méthode, approche, parcours, expertise de niche...

Exemple :

✗ "J'aide les gens à se sentir mieux."

✓ "J'aide les dirigeants à retrouver du temps de cerveau disponible pour leur stratégie, en posant un cadre clair à leur organisation."

- 💬 **Conseil**

Ce n'est pas ce que vous faites qui compte, mais ce que cela change pour votre client.

02

3. CONSTRUIRE UN PITCH COMMERCIAL QUI SUSCITE L'ADHÉSION

Structuration recommandée :

1. **Problème** → « Beaucoup d'entrepreneurs perdent du temps à gérer leur administratif... »
2. **Solution** → « Je propose un accompagnement mensuel avec outils simplifiés. »
3. **Résultat** → « Mes clients récupèrent 1 à 2 jours par mois pour se concentrer sur leur cœur de métier. »
4. **Appel à l'action** → « Si vous vous reconnaissez, je vous propose un échange découverte. »

Bonus storytelling :

Racontez un cas client (avant/après), un échec surmonté, une anecdote qui marque les esprits.

- 💬 **Conseil**

Votre pitch doit pouvoir se dire en une minute et être compris par quelqu'un qui ne connaît pas votre métier.

03

04

4. SE DIFFÉRENCIER DANS UN MARCHÉ SATURÉ

"Être bon ne suffit pas, il faut être perçu comme unique."

- 3 leviers pour vous démarquer :
 - **Votre parcours personnel** : ce qui vous a amené à faire ce que vous faites.
 - **Votre façon de faire** : méthode, outils, posture.
 - **Votre posture commerciale** : écoute, diagnostic, accompagnement, valeurs.
- **Créer de la valeur avant la vente** :
 - Offre découverte gratuite, audit flash, contenu utile (webinaire, article, checklist...)
 - Cela permet d'instaurer un climat de confiance et d'éviter le rapport vendeur/acheteur.

Conseil

Être différent, ce n'est pas crier plus fort, c'est dire quelque chose de pertinent pour votre client.

05

5. SE CRÉER UNE ROUTINE DE PROSPECTION RÉGULIÈRE

"Ce n'est pas la quantité qui fait la différence, c'est la constance."

Étapes :

1. Définir vos cibles prioritaires (secteurs, profils, canaux)
2. Fixer des objectifs réalistes : 3 messages par jour, 5 relances/semaine, 2 RDV hebdos
3. Intégrer la prospection à votre agenda : comme une réunion importante
4. Suivre vos actions : qui contacter, quand relancer, qui a répondu...

 **Outils recommandés** : CRM simple (Hubspot, Trello, Excel), modèles d'emails, scripts d'appels, tableaux de bord.

Conseil

Ce qui fonctionne, ce n'est pas 50 appels en un jour, mais 5 appels par jour pendant 3 semaines.

À RETENIR

- La prospection est un apprentissage, pas une fatalité.
- Le non d'aujourd'hui est souvent un oui plus tard, si on sait relancer avec tact.
- L'écoute est votre plus grand atout : posez des questions, reformulez, adaptez.
- La valeur que vous apportez doit toujours précéder la vente.

Posture à adopter

Je suis là pour aider, pas pour forcer.

Conseil

Vendre, c'est aider quelqu'un à résoudre un problème qu'il n'arrive pas à résoudre seul.

SECOND SOUFFLE C'EST...

UN ACCOMPAGNEMENT

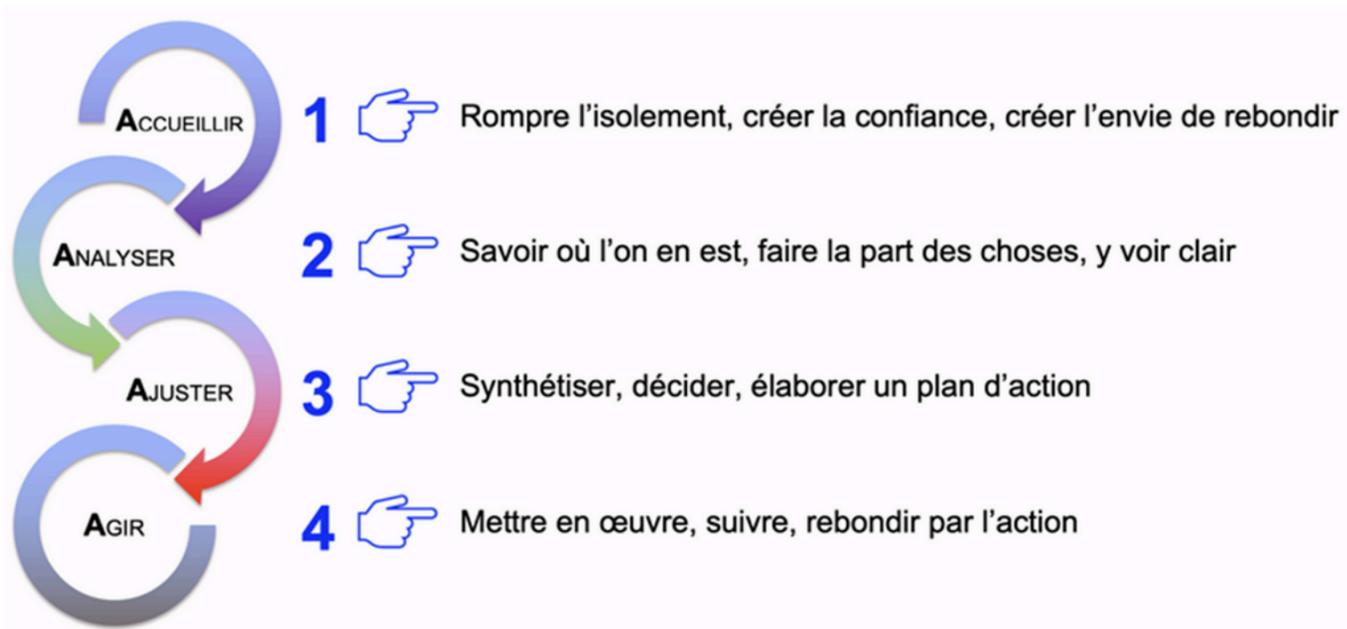
-  **Tous les entrepreneurs TPE/PME en difficulté en activité***
-  **Totalement gratuitement**
-  **Sans condition**
-  **Sans limite de temps**

**Pour les entrepreneurs ayant cessé leur activité ou en cours de liquidation judiciaire, nous passons la main à notre partenaire*

6000
rebinds
APRÈS L'ÉCHEC ENTREPRENEURIEL À CE DEBI AMPER



UNE METHODE



UN POINT DE CONTACT

Site web www.secondsouffle.org dès la Home Page

