

Comment planifier efficacement le suivi de vos contacts après un salon ?

Vincent HIEFF, MBA, Attaché « Espace Entreprises ».



28/09/2012

Agenda

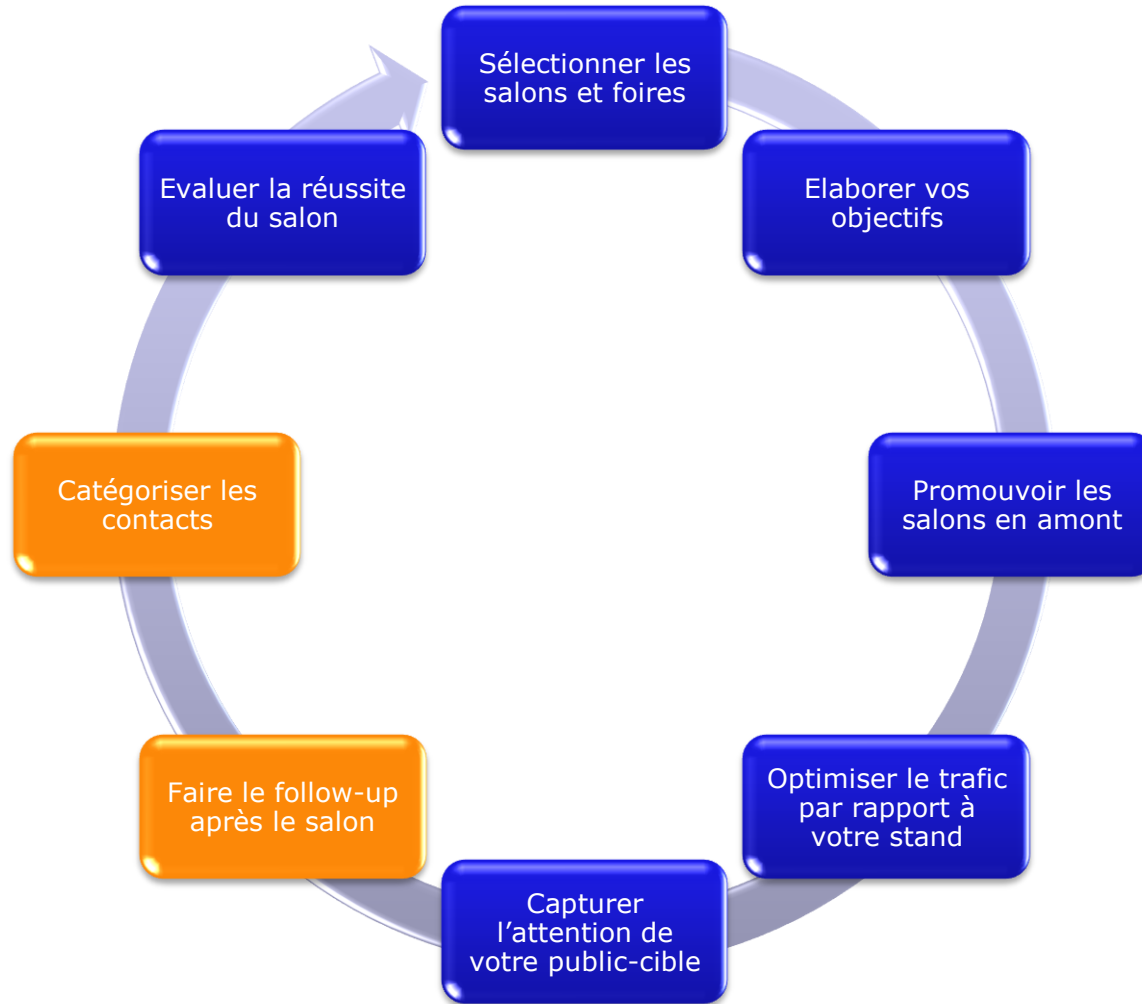
- Une stratégie marketing adaptée aux salons professionnels
 - Les 8 éléments-clés
- Le Follow-up initial
- Catégoriser ses contacts
- Le Follow-up approfondi
- Conclusion



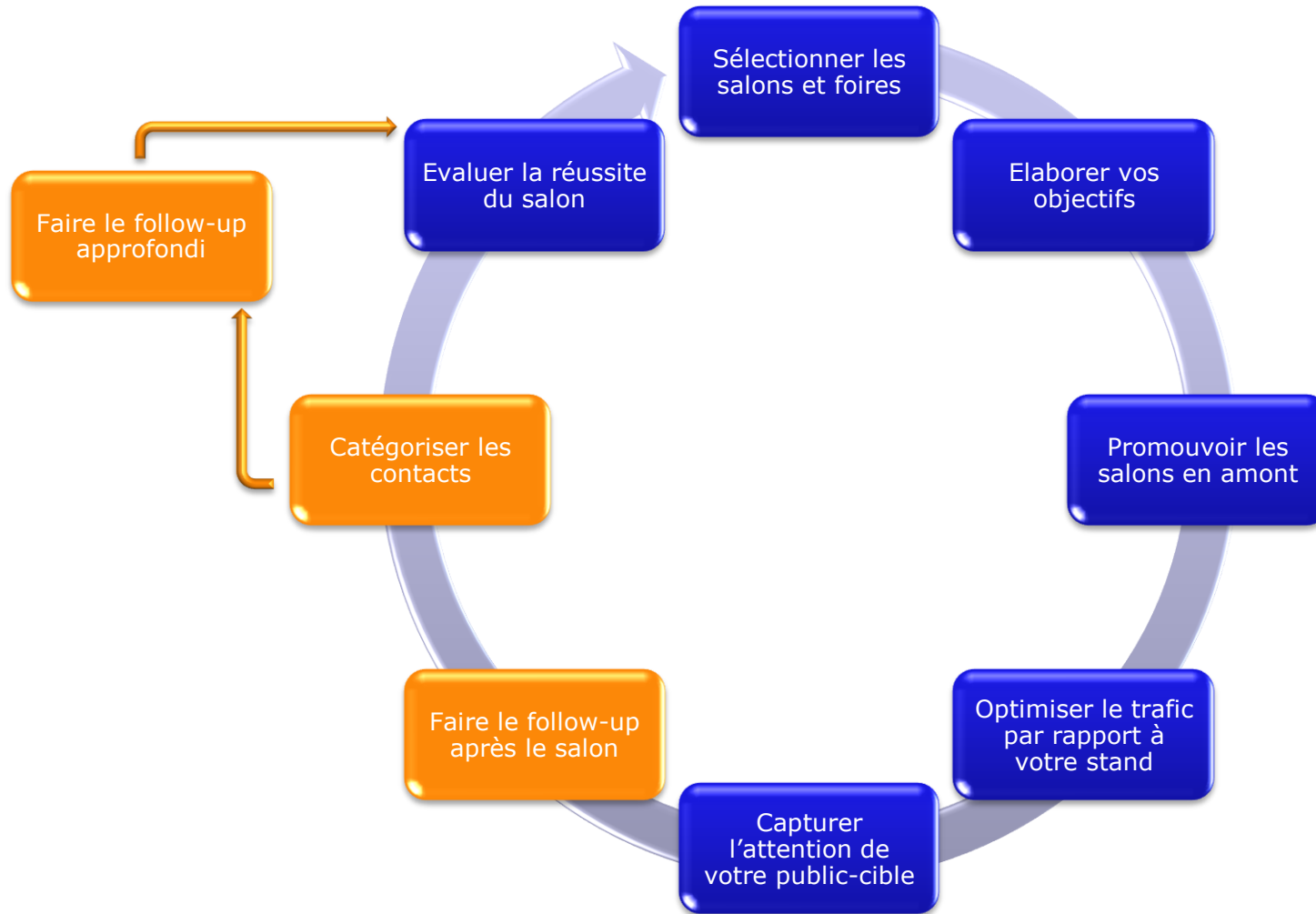
Les 8 éléments-clés

UNE STRATÉGIE MARKETING ADAPTÉE AUX SALONS PROFESSIONNELS

Les 8 éléments-clés



Les 8 éléments-clés + 1





Rapide et pertinent

LE FOLLOW-UP INITIAL

Le follow-up initial

- Le follow-up initial est crucial
 - Le chiffre d'affaires se réalise après le salon!
- Le follow-up initial doit se faire rapidement
 - De préférence endéans 48 heures, les clients potentiels ont des attentes et des exigences de réactivité et de professionnalisme
 - Prévoir rapidement une prochaine réunion individuelle (de préférence, ceci se fait déjà sur le salon)

Le follow-up initial

- Quelques tuyaux pour le follow-up:
 - Remercier personnellement le client pour sa visite au stand
 - E-mail, lettre ou appel téléphonique
 - Inviter le client à souscrire à la newsletter
 - Envoyer des brochures ou des informations complémentaires
 - Rappeler la deadline des conditions salon
 - Annoncer une 2^e prise de contact pour approfondir la relation
 - Annoncer un éventuel futur salon



Mettre de l'ordre!

CATÉGORISER SES CONTACTS

Catégoriser les contacts

- Catégorisation selon
 - Taille de la vente
 - Importance stratégique
 - Nécessité
 - Stade de la vente
- En fonction de la catégorisation – soigner le contact

Catégoriser les contacts

- Définir les contacts prioritaires
 - En fonction de la stratégie de l'entreprise
 - Souvent les entreprises mettent en avant les clients potentiels
 - Risque d'oubli par rapport à la clientèle existante et fidèle
- Définir une approche commerciale en fonction de la catégorisation



“Bon” ou “mauvais” délégué commercial?

LE FOLLOW-UP APPROFONDI

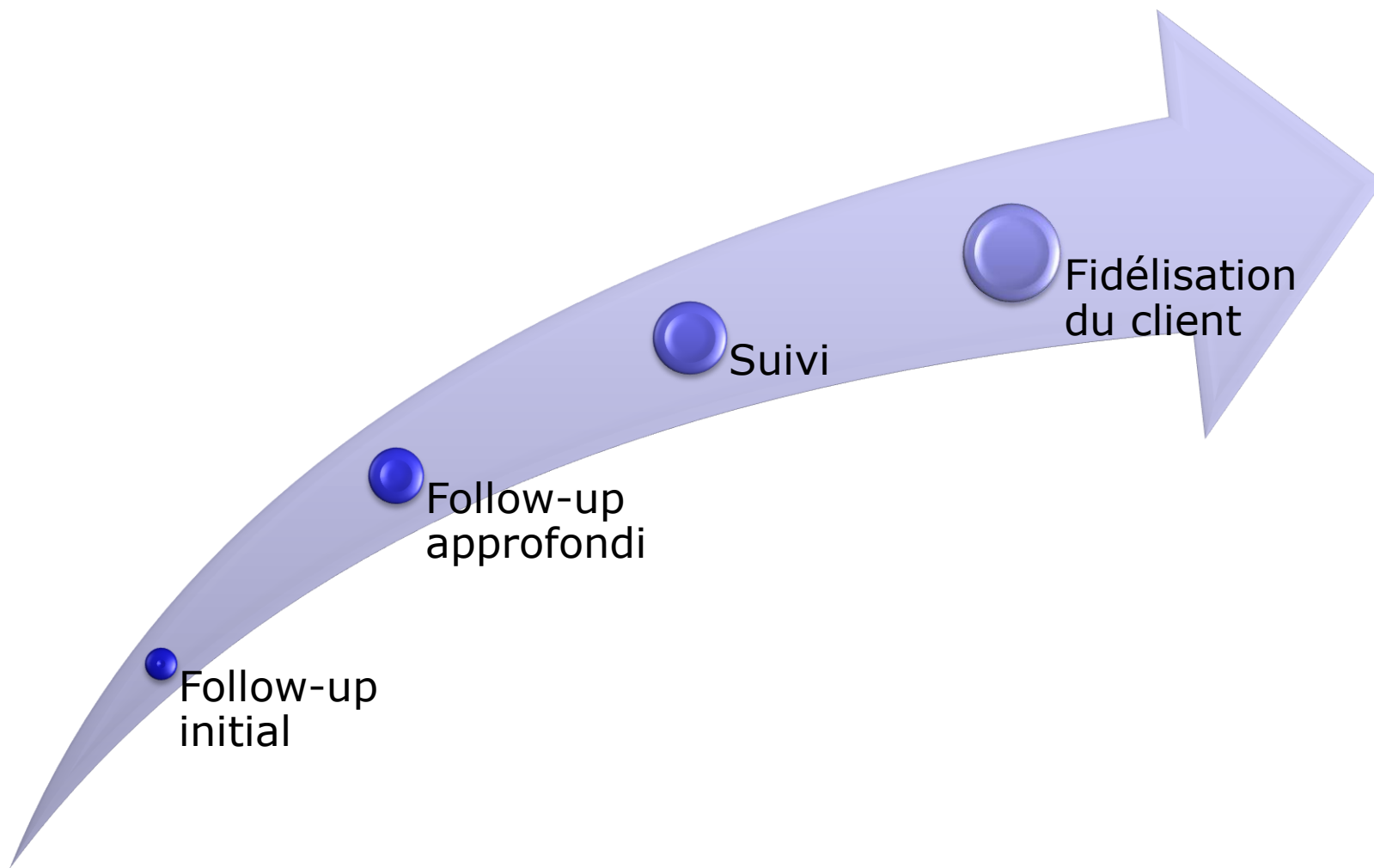
Le follow-up approfondi

- Le follow-up doit être organisé par le chef d'entreprise!
 - Même si celui-ci n'est pas en mesure de le faire lui-même
 - Le follow-up est un élément stratégique d'importance cruciale
- En fonction de la catégorisation
- Timing!

Le follow-up approfondi

- Le follow-up approfondi doit être personnalisé
 - En fonction des besoins du client
 - Prise de notes sur le salon!
- Le follow-up approfondi se caractérise par le contact humain
 - L'importance de votre équipe commerciale

Le follow-up approfondi

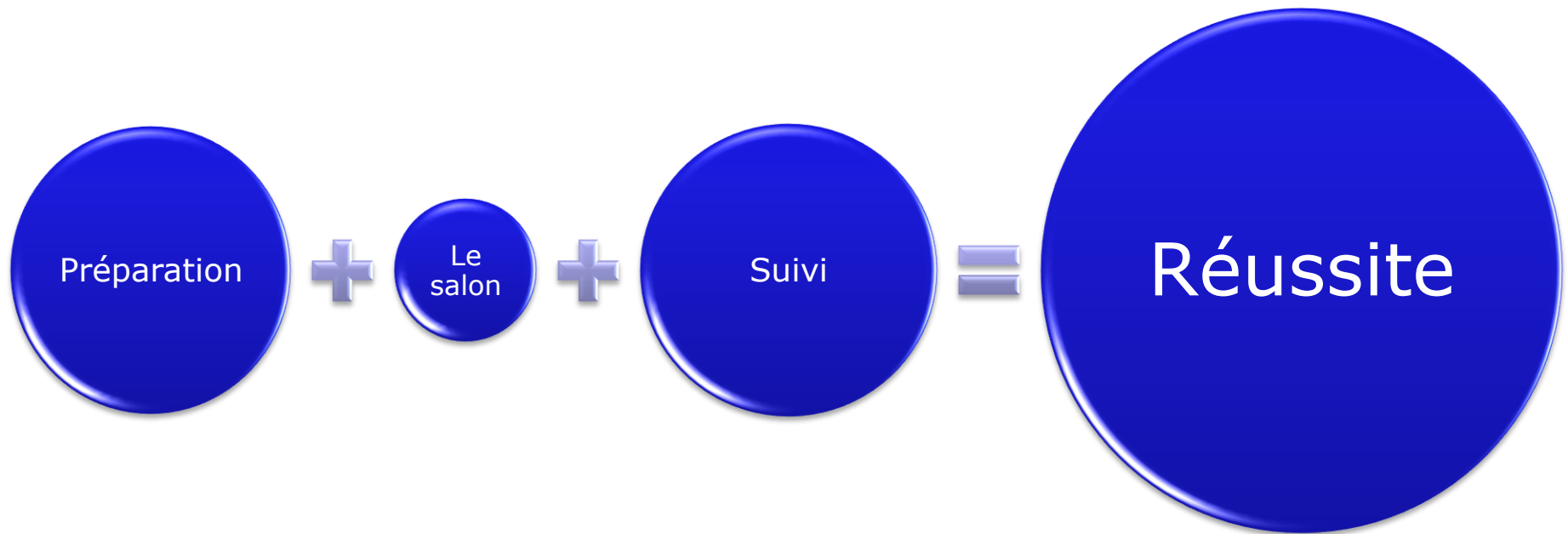




A retenir!

CONCLUSION

L'importance de la préparation et du suivi



Conclusions

1. Faites votre travail avant et sur la foire
2. Soyez réactif pour le follow-up initial
3. Soyez stratégique par rapport à la catégorisation de vos contacts
4. Appliquez une approche personnalisée pour le suivi approfondi
5. Soignez vos clients!



MERCI POUR VOTRE ATTENTION