

Emails de prospection

L'ART D'OBTENIR DES RENDEZ-VOUS SANS EFFORTS

Comment parler à mon prospect ?



“ Connaître intimement son prospect n’est pas recommandé. C’est obligatoire. Tout se construit autour de lui.”

Comprendre son buyer persona (critique)

- ▶ Rôle et objectifs
- ▶ Entreprise
- ▶ Défis/problèmes
- ▶ Sources d'information
- ▶ Etat d'esprit
- ▶ Manière d'acheter



Tactiques d'identification / alibi

Routine multi-touch (mix)

Tonalité des messages

Heures d'envois ou d'appels

Fréquences d'approches

Types de scénarios

Exemples de segmentations par persona :

- ▶ PDG de PME industrielle à Lyon
- ▶ Directeur Marketing d'une société de logiciel à Paris
- ▶ Journaliste média B2B ou pigiste 'start-up'
- ▶ DRH d'une entreprise du CAC40
- ▶ Dirco d'un exposant au salon 'Sales Innovation Paris'
- ▶ DSI d'une start-up, avec un compte sur Github
- ▶ PDG d'une société qui a levé des fonds
- ▶ DG d'une société qui a ouvert un bureau en Allemagne
- ▶ Community manager d'une marque de luxe

Avoir un profil psychologique complet n'est pas obligatoire pour commencer. Mais il permet de tester plusieurs approches.

Les points de douleurs auxquels on répond.

- ▶ Quel est le vrai problème du persona ? Qu'est-ce qui l'empêche de dormir la nuit ?
- ▶ Quels sont les principaux défis/challenges dans cette fonction ?
- ▶ Quelles sont les sources de pression qu'il subit dans sa fonction ? de qui/quoi ?

Par exemple, « je veux faire de l'inbound » n'est pas une douleur ! Il s'agit en fait de «générer plus de leads» pour «ne plus subir de reproches» de ma hiérarchie, de «stress», ou «ne pas atteindre mes objectifs et risquer mon poste».

“ Pas de douleur. Pas de deal. ”

Proposition de valeur = bénéfice direct pour répondre à la douleur.

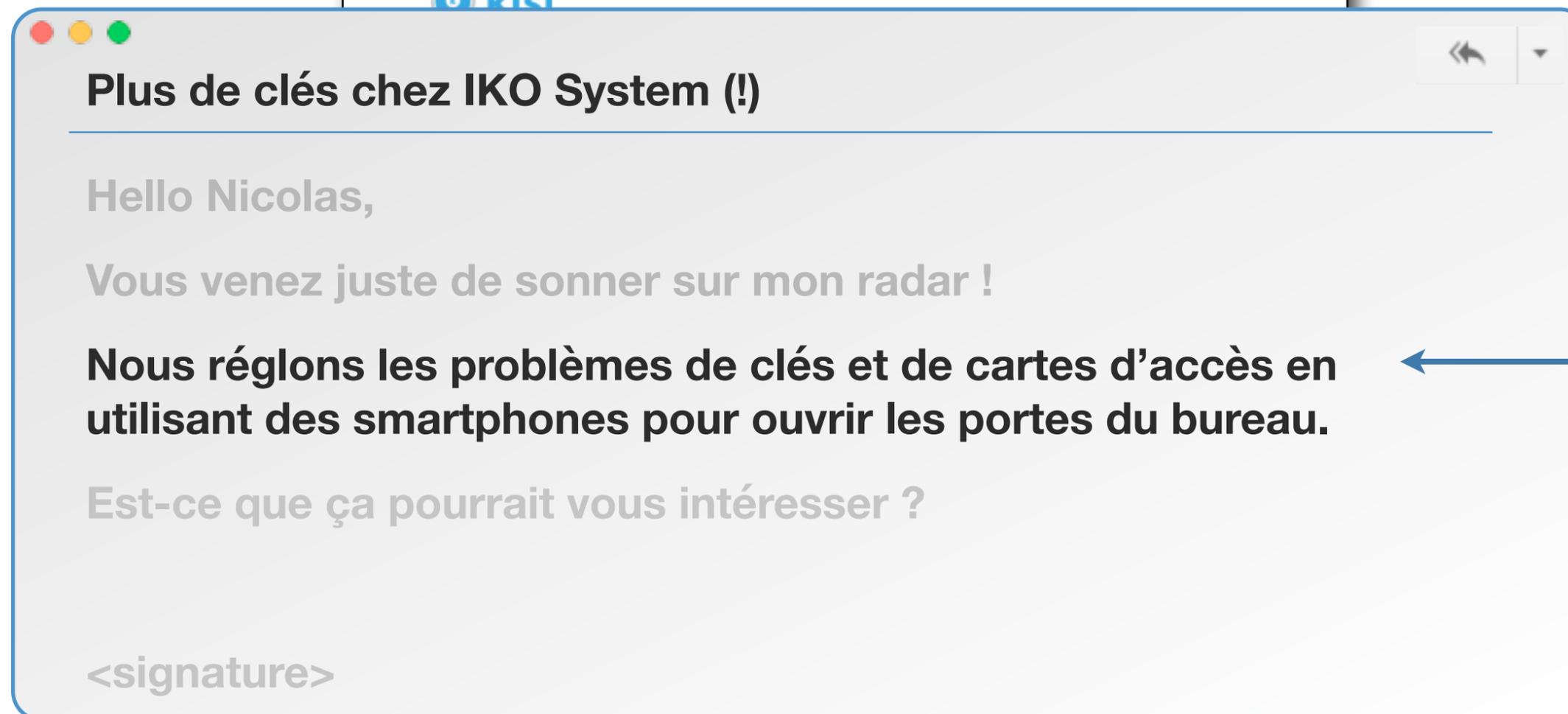
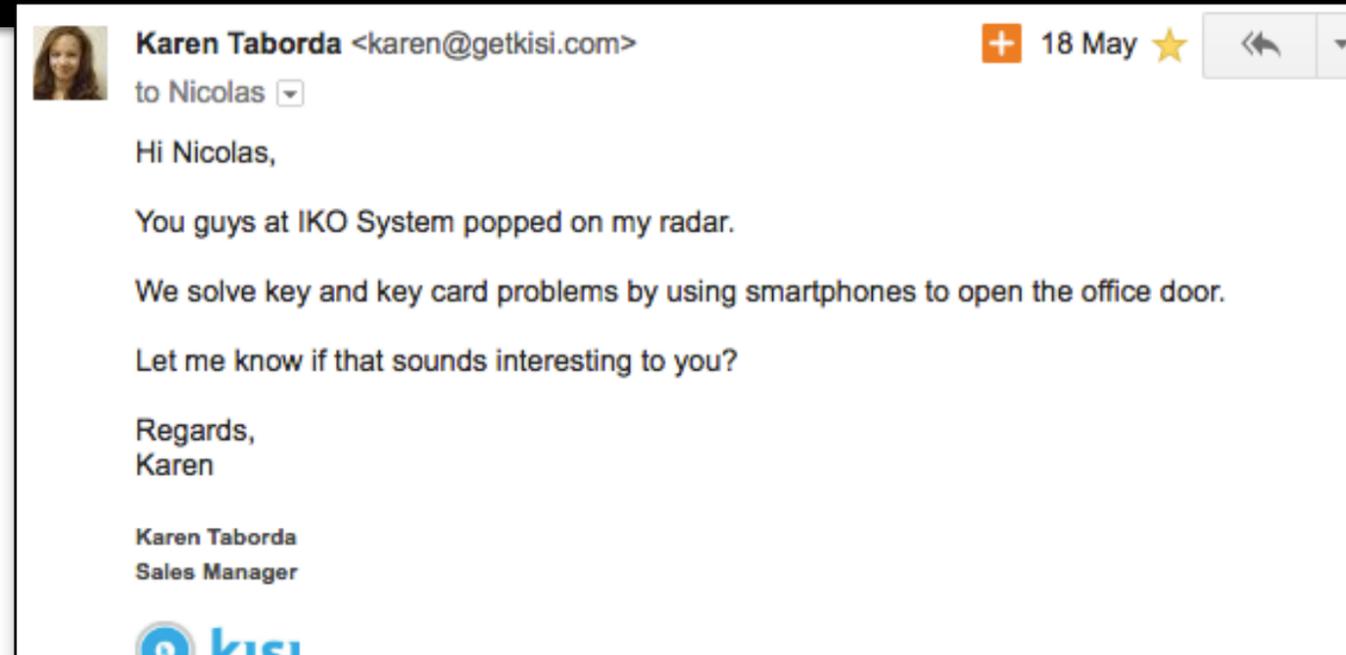
Faire son énoncé de positionnement :

- ▶ *Je vends <solution> à <persona> pour leur permettre de ne plus <douleur> en leur permettant de <proposition de valeur unique>.*
- ▶ *Je vends <une solution de prospection> à des <directeurs commerciaux en Europe qui font de la prospection B2B> pour leur permettre de <ne plus être angoissé de ne pas atteindre leur quota et être déconsidéré> en leur permettant de <générer davantage de nouveaux clients avec une mécanique de prospection prédictive et automatisée >.*

**Essayer d'expliquer sa PV avec des mots très simples.
(le test du stagiaire de 3ème)**



- ▶ ***Je vends un logiciel pour des commerciaux, qui leur permet d'automatiser leur travail. Du coup, ils ne passent plus leur vie à appeler et envoyer des emails pour avoir des rendez-vous, et ils passent plus de temps en réunion. On automatise la partie pénible et ils font la partie intéressante.***



← *Proposition de valeur*

Découvrez toutes les vidéos libres et gratuites



Prospection par email, téléphone ou social ?



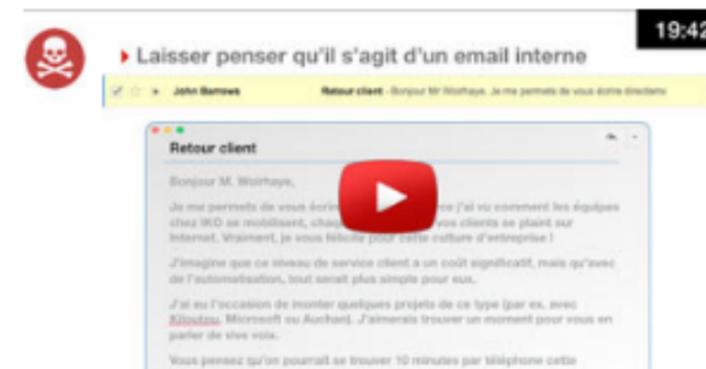
Les statistiques des emails de prospection



Les facteurs-clés de succès et d'échecs



La tonalité « Aloha »



Les titres des emails

