

Entreprise....



1ER PARTIE : PROSPECTION



créma

SOMMAIRE

- 01 Théorie
- 02 Sélection des entreprises à prospector
- 03 Moyens utilisés
- 04 Sélection d'une entreprise
- 05 Préparation de l'entretien
- 06 Résultats



THÉORIE:

Définition

D'après Philip Kotler, dans son ouvrage fondamental "Marketing Management"

“ La prospection consiste à identifier et à qualifier des prospects (clients potentiels) dans le but de les convertir en clients payants. C'est un processus actif, qui va au-delà de la simple identification des opportunités, et qui implique des actions précises pour engager, convaincre et fidéliser ces prospects.”



THÉORIE:

But de la prospection :

- Toucher une nouvelle cible
- Étendre sa zone géographique
- Relancer anciens clients

Contact avec prospect :

- **Direct:** prospection sauvage sélection d'une zone géographique, se présenter chez prospect sans rendez-vous.
- **Annoncé:** Courrier ou mail à l'entreprise pour annoncer notre visite
- **Convenu:** Rendez vous avec le prospect pris en amont de notre visite en amont avec le prospect



THÉORIE:

Méthode d'appel CROC

Contact

Raison d'appel

Objectif

Conclusion



SÉLECTION DES ENTREPRISES À PROSPECTER

Nom	Téléphone	Mail	Adresse	effectifs	Forme juridique
Domaine de la barrère	06 33 69 90 69	Theophile.joullie@gmail.com	La barrère 32350 Barran 32350	4 salariés	GAEC
Abexa chaponnage	05 62 66 72 52	damienlaboge@chapons.fr	12 rue Cubet 32170 Miélan 32252	3 à 5 salariés	SAS
Debard automobile	562565758		CHEMIN D'OURSBELILLE ROUTE DE PAU 65420	6 à 9 salariés	SAS
Clair automobile	05 62 51 11 36	contact@clair-automobiles.fr	13 Imp. du Perthuis, 65000	2 à 5 salariés	
ABP menuiserie	05 62 00 10 20	contact@abpmenuiserie.fr	45 impasse du gypaète Lannemezan 65300	Entre 20 et 49 salariés	SARL
Soprana automobiles	05 62 31 48 50		12 rue Louis Caddau Tarbes 65000	Entre 10 et 19 salariés	sa
TRANSPORTS BESSON OCCITANIE	05 62 90 15 15		20 RUE ROBERT DESTARAC Tarbes 65000	Entre 10 et 19 salariés	SASU



MOYENS UTILISÉS

Phoning

C { “BONJOUR,
DANS LE CADRE DE NOTRE FORMATION, NOUS OFFRONS UNE ANALYSE STRATÉGIQUE GRATUITE AXÉE SUR VOTRE STRATÉGIE COMMERCIALE, SPÉCIALEMENT POUR LES PETITES ENTREPRISES COMME LA VÔTRE. EN TANT QU’ÉTUDIANTS, NOUS APPORTONS UN REGARD FRAIS ET OBJECTIF, CE QUI PEUT VOUS AIDER À REPÉRER DES OPPORTUNITÉS ET DES DÉFIS QUE VOUS N’AVEZ PEUT-ÊTRE PAS REMARQUÉS.

R { AVEZ-VOUS DÉJÀ ENVISAGÉ COMMENT UNE ANALYSE STRATÉGIQUE POURRAIT VOUS AIDER DANS VOTRE ENTREPRISE? NOUS SOMMES TROIS ÉTUDIANTS ET NOUS AVONS UNE OPPORTUNITÉ QUI POURRAIT VRAIMENT VOUS INTÉRESSER.

O { NOTRE OBJECTIF N’EST PAS SEULEMENT DE SIGNALER DES PROBLÈMES, MAIS DE TRAVAILLER AVEC VOUS POUR CRÉER DES SOLUTIONS ADAPTÉES. NOUS SOUHAITONS ÉLABORER ENSEMBLE DES STRATÉGIES COMMERCIALES QUI VOUS AIDERONT À AMÉLIORER VOS PERFORMANCES ET À ATTEINDRE VOS OBJECTIFS.
BIEN SÛR C’EST ENTIÈREMENT GRATUIT, SANS AUCUN RISQUE FINANCIER POUR VOUS. NOUS CHERCHONS AVANT TOUT À ACQUÉRIR DE L’EXPÉRIENCE PRATIQUE TOUT EN VOUS SOUTENANT. EN RÉSUMÉ, NOUS VOUS PROPOSONS UNE ANALYSE STRATÉGIQUE GRATUITE, SANS ENGAGEMENT, QUI POURRAIT FAIRE LA DIFFÉRENCE POUR VOTRE ACTIVITÉ.

C { QUAND SERIEZ VOUS DISPONIBLE POUR CONVENIR D’UN RENDEZ VOUS POUR ÉCHANGER SUR LE PROJET ?”

- Regard extérieur
- Gratuit
- Expert en relation client
- Identifier des potentiels améliorations



MOYENS UTILISÉS

Mailing

BONJOUR,

NOUS SOMMES TROIS ÉTUDIANTS EN 3E ANNÉE DE BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION À TARBES. DANS LE CADRE DE NOTRE FORMATION, NOUS VOUS PROPOSONS DE RÉALISER UN AUDIT GRATUIT DE VOTRE STRATÉGIE COMMERCIALE POUR IDENTIFIER D'ÉVENTUELLES PISTES D'AMÉLIORATION ET SUGGÉRER DES ACTIONS CONCRÈTES.

NOTRE APPROCHE NE SE LIMITE PAS À UN SIMPLE DIAGNOSTIC : NOUS SOUHAITONS CO-CRÉER DES SOLUTIONS ADAPTÉES POUR RENFORCER VOTRE ACTIVITÉ. CETTE OFFRE, SANS ENGAGEMENT FINANCIER, REPRÉSENTE UNE OPPORTUNITÉ D'OBTENIR UN REGARD EXTÉRIEUR ET DES CONSEILS PERTINENTS.

SI CETTE DÉMARCHE VOUS INTÉRESSE, NOUS SERIONS RAVIS D'EN DISCUTER PLUS EN DÉTAIL ET DE PLANIFIER UN RENDEZ-VOUS SELON VOS DISPONIBILITÉS.

EN VOUS REMERCIANT POUR VOTRE ATTENTION, NOUS ESPÉRONS AVOIR L'OCCASION DE COLLABORER AVEC VOUS.

CORDIALEMENT,

MAËLYS, MATHIEU ET LOUIS

- Regard extérieur
- Gratuit
- Expert en relation client
- Identifier des potentiels améliorations



LES OUTILS UTILISÉS

Excel, linkedin, kompass...



Excel

Pour organiser les
données



Linkedin,
Kompass, Pappers

Pour identifier les
propects
potentiels



SÉLECTIONNER UNE ENTREPRISE

Quelles sont les raisons de ce choix?

- Entreprise locale
- Secteur d'activité qui nous intéresse
- Entreprise ayant de réelles difficultés



PRÉPARATION DE L'ENTRETIEN

Préparation des questions

01

Moyens de l'entreprise

Quelles sont les ressources que vous avez à disposition ? Humaines, Technologiques et financières

Comment sont répartis vos bénéfices sur l'exploitation entre l'exploitation céréalière et les canards ?

Sur vos ventes globales, quelle part représente la vente en ligne ?

prix de revient d'un canard (achat, gavage, coût de revient total)

02

Secteur d'activité

Quels sont vos principaux concurrents ?

Quelles sont les tendances du marché actuel ?

Avez vous pensé à distribuer en grande distribution

03

Objectifs

La vision à court, moyen, long terme de votre exploitation ?

Quels sont vos objectifs (Financier, de développement...)

Quelle cible visez vous ?

04

Difficultés de l'entreprise

Avant toute chose, votre entreprise fait-elle face à des difficultés ?

Avez-vous déjà fait appel à un cabinet d'audit ?

Les principaux risques pour votre secteur d'activité ?

RÉSULTAS

Difficultés rencontrées :

Des ventes en baisse et un été particulièrement calme. L'inflation des matières premières impacte également la production.

Ressources disponibles :

Les ressources humaines sont constituées de deux co-gérants associés, un employé à temps plein (35h) et un employé à mi-temps.

Répartition des bénéfices et rentabilité :

Répartition des bénéfices : $\frac{2}{3}$ des bénéfices proviennent des céréales, et $\frac{1}{3}$ des canards.

Rentabilité : L'activité canard est beaucoup plus rentable que l'exploitation céréalière.

Stratégie de vente et distribution :

Vente en ligne : Les ventes en ligne représente seulement 25% du chiffre d'affaires total.

Cible : L'entreprise vise principalement des particuliers sur des marchés locaux.

Pas de distribution en grande surface

Chiffres financiers clés :

Coût de revient d'un canard : 50 euros par canard, vendu à 120 euros

Chiffre d'affaires de l'exploitation céréalière : 250 000 euros.

Bénéfice de l'exploitation avicole : 60 000 euros.

Concurrence :

Les principaux concurrents sont de gros producteurs qui sont mieux positionnés en termes de prix, ce qui représente un défi important pour l'entreprise.



CONCLUSION

- Réel défis
- Véritable impact

Canada

