

Aquisitio

*Construire une stratégie client, du premier contact à
la fidélisation – et l'organisation qui la soutient.*



Dans un environnement concurrentiel, **réussir l'acquisition et la fidélisation de vos clients** est un axe essentiel pour développer ou consolider votre entreprise.

Pour y parvenir, il est nécessaire d'avoir **une vision à 360° de votre activité commerciale et une organisation solide, alignée sur vos objectifs d'acquisition et de fidélisation**.

L'offre **Aquisitio** a été conçue pour vous accompagner sur ces deux plans :

- **Construire une stratégie client performante**, qu'il s'agisse d'acquisition ou de fidélisation,
- **Structurer l'organisation commerciale** — méthodes, outils, process, formation — qui permettra de transformer cette stratégie en résultats concrets.
- Des approches simples, pragmatiques et humaines, combinant habilement **outils digitaux et relation client**, pour créer les conditions d'une performance durable.

L'objectif : **faire croître votre acquisition, renforcer votre fidélisation et faire de votre organisation un véritable pilier de réussite commerciale.**



Objectifs

Se structurer

Clarifier, organiser et aligner les leviers de développement.

Combiner

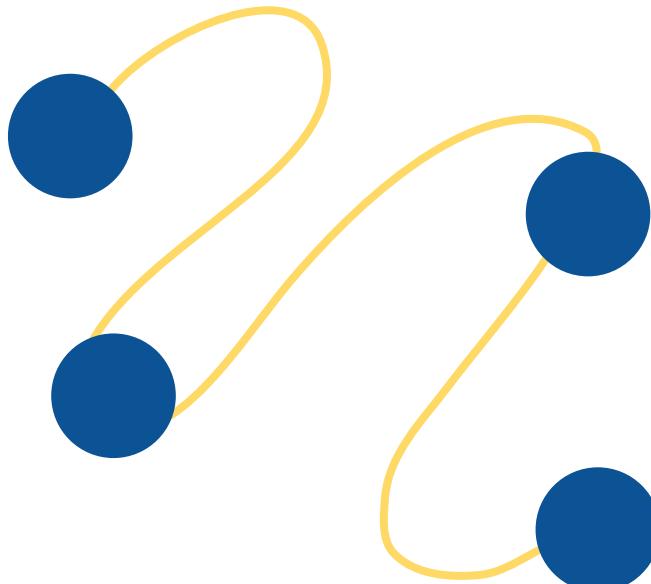
Combiner digital et humain pour un impact durable

Developper

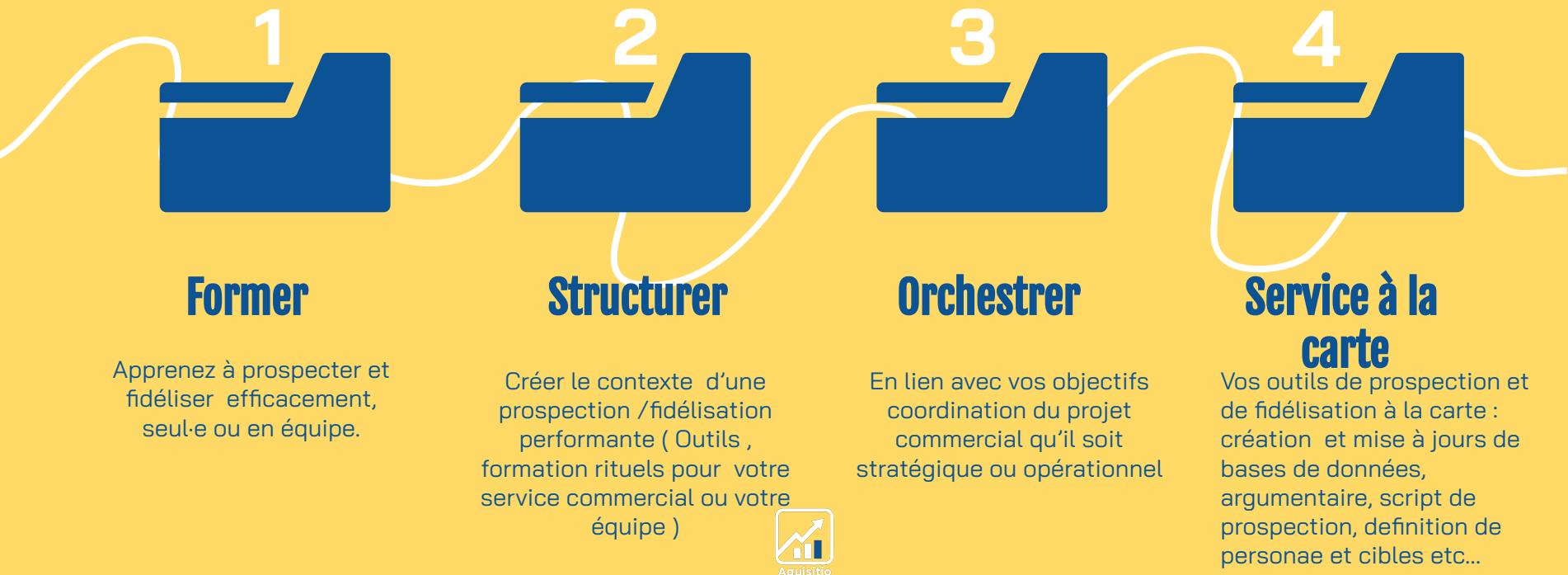
Transformer la méthode en résultats durables.

Apprendre

Connaitre les actions, les rituels de la prospection et son organisation



Offre de services et de prestations



Se former

Objectifs :

Se former aux techniques de prospection et de fidélisation pour être autonome quand on débute une activité , et améliorer les compétences de votre équipe commerciale dans ses missions de prospection avec des outils digitaux



Niveau 1 – Pour ceux avec peu ou pas d'expérience qui veulent poser des fondations solides.Indépendants et freelances débutants:

- Organiser son action de prospection.
- Créer sa boîte à outils de prospection
- Entretenir son mental de chasseur.



Niveau 2 – Pour des équipes commerciales souhaitent avoir une stratégie de prospection moderne et digitale.

- Utiliser des outils digitaux pour prospecter
- Piloter son fichier prospects
- Analyser les performances de prospection et ajuster ses actions



Pour qui ?

Niveau 1 –

- Indépendants et freelances débutants
- Collaborateurs occasionnels en prospection
- Dirigeants de TPE/PME

Niveau 2 –

- Indépendants et freelances
- Collaborateurs occasionnels en prospection
- Dirigeants de TPE/PME
- Equipe commerciale



Format: inter entreprise et intra entreprise

Structurer



Objectifs:

Mettre en place une nouvelle organisation de prospection ou de fidélisation , avec de nouveaux processus, de nouveaux outils et les indicateurs de pilotage de la prospection



Diagnostic des actions et des outils de prospection



Proposition de stratégie, écriture des processus, mise en place des outils (script, tunnel de transformation, outils digitaux)



Formation de l'équipe commerciale et/ou administrative aux outils et process pour devenir autonome



Orchestrer



Objectifs :

Assurer une **mise en œuvre cohérente et participative** de votre stratégie commerciale, en mobilisant vos équipes autour d'un plan d'action partagé et motivant



Alignement stratégique:

- Analyse des objectifs business et de la maturité commerciale de l'équipe
- Clarification des priorités : **conquête de nouveaux clients** et **fidélisation des existants**.
- Partage d'une vision commune : pourquoi et comment nous avançons.



Co-construction du plan d'action.

- Élaboration d'une feuille de route mêlant **prospection** et **fidélisation**
- Implication de l'équipe dans le choix des canaux et des outils (terrain + digital).
- Répartition claire des rôles, pour que chacun **devienne acteur** du plan.



Coordination et animation du projet:

- Pilotage du déploiement et gestion du rythme des actions
- Animation de **points d'avancement dynamiques** : suivi, partage de réussites, ajustements collectifs.
- Mise en place d'une communication fluide entre les parties prenantes.



Pilotage de la performance:

- Suivi régulier via un **tableau de bord participatif**.
- Analyse des résultats et ajustement avec l'équipe.
- Renforcement de l'autonomie et de la responsabilisation de chacun.

Services à la carte



Objectifs : Créez un ou plusieurs outils pour améliorer votre acquisition clients

-  Création et mise à jour de base de données personnalisées pour vos actions commerciales
-  Kit communication (Pitch prospection , email, lead magnet, cahier de réponses aux objections)
-  Définition de vos cibles et personae
-  Construction de votre promesse commerciale et argumentaire

LE 360

Objectifs :

Faire le bilan de votre prospection et ou de votre fidélisation client, pour mettre en place les améliorations nécessaires à la conquête clients .

-  Analyser des processus en cours dans l'entreprise
-  Identifier des objectifs de prospection et ou de fidélisation
-  Faire des recommandations : Tunnel de transformation, outils CRM, outil d'automatisation , processus, indicateurs pour piloter la prospection, la fidélisation
-  Etablir le budget de mise en place des recommandations



Exemple de cas client



Exemple de cas client

TPE bretonne, dont l'activité est la formation pour la grande distribution (CA 4 M€, équipe commerciale 4 personnes + 2 ADV)

Problème

Une prospection archaïque et désorganisée :

- Chaque commercial gérait ses prospects à sa façon
- Peu ou pas de nouveaux contacts
- Aucun usage des canaux digitaux (emailing, LinkedIn).

Solution mise en place

- Fichier Excel structuré façon CRM : qualification des leads, suivi des actions, scoring.
- Base de données partagée par secteur et commercial.
- Processus d'acquisition clair : séquences d'emailing, scripts téléphoniques, supports commerciaux.
- Analyse systématique : taux d'ouverture, clics, devis signés.
- Workflow simple pour campagnes bi-mestrielles, calendrier d'action 6 mois..

Résultats pour une des campagnes

- 400 emails envoyés → 290 ouverts → 113 clics → 19 devis → 6 ventes

Chiffre d'affaires généré pour une: 20 400 €ht



Exemple de cas client

PME bretonne, dont l'activité est l'édition de logiciel (CA 9 M€, équipe commerciale 5 personnes + 2 ADV + un responsable commercial)

Objectif

Améliorer la fidélisation des clients existants et réactiver les clients inactifs depuis plus de 3 ans, en les requalifiant comme prospects.

Actions clés

- **Segmentation client** : classification en Ambassadeur, Partenaire, Potentiel, Inactif.
- **Campagnes ciblées** : emailing et phoning personnalisés selon le type de client.
- **Rituels CRM** : suivi des interactions, mises à jour régulières des fiches et reporting des actions.
- **Offres de réactivation** : promotions, contenus exclusifs ou relances sur mesure pour les clients dormants.
- **Suivi des performances** : analyse des taux d'ouverture, réponses, conversions et ventes générées.

Résultats obtenus

- 18% des clients inactifs réactivés
- +9% de chiffre d'affaires sur les clients existants
- Taux de fidélisation client amélioré de +15%



**Qui suis je
?**

Sophie Le Pape

Avec plus de 20 ans d'expérience en stratégie commerciale et développement des ventes, j'accompagne les entreprises dans l'optimisation de leur l'acquisition de clients et la fidélisation . Je conçois des stratégies sur mesure, alliant méthodes éprouvées et outils digitaux, pour maximiser la performance commerciale



Me contacter



WWW.AQUISITIO. FR



Avenue d'amboise 44800 Saint-Herblain



06.16.11.10.35



Sophie@aqusitio.fr

A bientôt



Aquisitio