

Les ateliers Aquisitio

Les piliers de la
prospection



Cet ebook est pensé comme le prolongement de l'atelier : un support pratique qui vous permettra de garder les idées fortes vues ensemble, et surtout de passer à l'action rapidement.

À l'intérieur, vous trouverez :

- Un support pour formaliser votre offre via votre promesse, afin de clarifier ce que vous apportez vraiment à vos clients.
- Une grille persona, simple et efficace, pour définir votre cible idéale et ajuster vos actions avec plus de précision.
- Une liste des canaux de prospection et leurs spécificités, pour identifier ceux qui sont les plus adaptés à votre cible et à votre personnalité.

Et souvenez-vous : la prospection, c'est comme un muscle. Plus vous l'exercez, plus il devient naturel et efficace 💪.

Je vous souhaite de belles réussites et surtout... beaucoup de plaisir dans le développement de votre activité !

Sophie

Persona



Age:

Poste

Niveau études:

Domicile

Situation familiale

A propos

Objectifs

Besoins

Canaux de communication

Personnalité

Motivation

Son probleme

Il est animé par
quelle émotion

Peur, dégoût, tristesse, colère, surprise, joie





Aide pour la réalisation de son persona

Rubrique	Détails à renseigner
Nom du persona	(Un prénom fictif + un métier, ex : Julie la coach)
Sous-persona	(Spécificité métier ou secteur, ex : Coach en développement personnel)
Code NAF / secteur d'activité	(Ex : 8690F - Activités de santé humaine non classées ailleurs)
Type d'entreprise	(Ex : solopreneur / TPE / PME / magasin indépendant / en ligne, etc.)
Offre concernée	(Ex : Prospection Niveau 1, Tremplin, Délégation, Pilotage de la Marge)
Objectif principal	(Ex : Remplir son agenda, augmenter son CA, pérenniser son activité, etc.)
Problématique rencontrée	(Ex : Ne sait pas par où commencer pour prospecter, se sent illégitime, etc.)
Freins / peurs	(Ex : Crainte d'être trop intrusive, peur du rejet, rejet du "commercial")
Déclics potentiels	(Ex : A épuisé son réseau, a eu un mois à zéro client, veut passer un cap)
Comportement d'achat	(Rapide à décider, besoin de réassurance, besoin d'échanger en visio, etc.)
Canaux de communication préférés	(Email, LinkedIn, Instagram, téléphone, bouche-à-oreille, événements, etc.)
Outils utilisés	(CRM, outils d'emailing, Notion, Trello, etc. ou... rien du tout)
Type de contenu qui l'accroche	(Témoignages, études de cas, conseils pratiques, ton rassurant, storytelling...)
Message / pitch adapté	(Ex : "Vous êtes excellent-e dans votre métier, mais la prospection vous freine ?")

Quel est votre promesse , comment vous répondez à la problématique de votre client ?



Problèmes rencontrés	Conséquences	Bénéfices apportés	Impact / Résultat pour le client
EX : Difficulté à trouver des clients régulièrement	Chiffre d'affaires instable	Stratégies d'acquisition client simples et adaptées	Croissance durable et prévisible du chiffre d'affaires



Les canaux de prospection

Canal	Type	Avantages	Limites	Coût	Temps
Instagram/ Face book	Inbound	Marque Personnelle , visibilité	Peu adapté au B2B classique	Faible	Long
Réseautage (Club, apéros)	Inbound	Relationnel, confiance, leads qualifiés	Temps long, peu scalable	Moyen	Long
Site Web/ blog/ seo	Inbound	Durable, attire naturellement les bons prospects	Effort régulier, résultats différés	Moyen	Long
Webinaires/lives	Inbound	Engagement fort, posture d'expert	Public à qualifier, technique à maîtriser	Moyen	Moyen
Recommandation clients	Inbound	Très qualifié, peu coûteux, confiance forte	Nécessite une base client satisfaite et active	Faible	Moyen
Newsletter	Inbound	Fidélisation, régularité, contenu maîtrisé	Demande une vraie stratégie éditoriale	Faible	Long
Podcast invité ou créateur	Inbound	Crédibilité, différenciation, lien émotionnel	Lent à construire, nécessité du rythme	Faible	Long
Groupe privée (Face book slack)	Inbound	Communauté, proximité, engagement	Animation continue nécessaire	Faible	Long
Plateforme spécialisée (malt, linkedin service)	Inbound	Visibilité ciblée	Forte concurrence, dépendance à la plateforme	Faible	Court
Contenu invité(s), Gest, tribunes	Inbound	Notoriété, SEO, posture d'expert	Processus éditorial souvent exigeant	Faible	Long
Livre blanc /lead magnet	Inbound	Collecte d'emails qualifiés	Doit être bien promu pour fonctionner	Faible	Moyen
You tube	Inbound	Pédagogie, visibilité, longue durée de vie	Demande du temps, de la régularité et de la technique	Moyen	Long
Partenariat Stratégiques	Mix (n-out)	Lever de confiance, effet réseau	Long à construire, dépendance au partenaire	Faible	Long
LinkedIn	Mix (n-out)	Ciblé, interactif, puissant	Long à construire, algorithme capricieux	Faible	Long
Salons professionnels	Mix (n-out)	Concentration de cibles, visibilité	Coûteux, logistique à prévoir	Elevé	Moyen
Appel téléphonique	Outbound	Direct, humain, rapide	Intrusif si mal ciblé, demande de l'aisance	Faible	Court
Email	Outbound	Scalable, personnalisable	Saturation, nécessite de la qualité	Faible	Moyen
Publicité digitale (ads)	Outbound	Ciblage précis, résultats rapides	Budget à maîtriser, pas toujours rentable	Elevé	Court
SMS/Whatsapp pro	Outbound	Taux de lecture élevé, direct	Intrusif si non sollicité, peu de contexte	Faible	Court
Prospection terrain	Outbound	Proximité, contact humain for	Coûteux en temps, difficile à scaler	Moyen	Moyen



Proposition de workflow pour faire de la prospection

1

1. La base contient-elle suffisamment de contacts propres ?
 - └─ ☒ Oui → Qualification initiale : chaude / tiède / froide
 - └─ ☒ Non → Compléter / nettoyer la base avant d'avancer
2. Le premier message LinkedIn/email a-t-il été envoyé ?
 - └─ ☒ Oui → Suivi à 48h
 - └─ ☒ Non → Programmer l'envoi du message
3. Le message est-il arrivé (non bloqué/spam) ?
 - └─ ☒ Oui → Requalifier le contact (froid / tiède / chaud) → Étape suivante
 - └─ ☒ Non → 📧 Froid (adresse erronée, contact obsolète) → Mettre à jour la base
4. Le contact est-il le bon interlocuteur ?
 - └─ ☒ Oui → Envoyer un second message avec CV / présentation succincte → Requalifier (tiède ou chaud)
 - └─ ☒ Non → Identifier le bon contact → Requalifier comme froid en attendant
5. Le contact a-t-il vu/reçu la présentation ?
 - └─ ☒ Oui → Relance avec valeur ajoutée si pas de réponse sous 3-5 jours → Requalifier (tiède ou chaud)
 - └─ ☒ Non → Relance x2 max, sinon 📧 Froid → Mettre à jour la base
6. Le contact répond-il ?
 - └─ ☒ Oui → Proposer un RDV (téléphone, visio ou présentiel) → Requalifier chaud
 - └─ ☒ Non → Relance → Puis 📧 Froid si silence total → Mettre à jour la base
7. RDV fixé pour entretien (téléphone, visio ou présentiel)
 - └─ ▼
8. RDV tenu ?
 - └─ ☒ Oui → Prise de notes claire, cerner les attentes → Requalifier chaud
 - └─ ☒ Non → Relancer ou reprogrammer → Ajuster la qualification si besoin
9. Message de remerciement après RDV
 - └─ ▼
10. Suivi de la prise de contact / proposition commerciale
 - └─ ☒ Oui → Relance planifiée → Maintenir la qualification
 - └─ ☒ Non → Envoyer un rappel sous 48h → Requalifier si pas de retour après relance

Aquisitio est d'aide les indépendants, les associations, les TPE et PME à trouver de nouveaux clients et fidéliser les existants.

Concrètement, je vous accompagne pour :

- Structurer votre prospection et choisir les bons canaux
- Développer une démarche claire et efficace
- Mettre en place des actions simples pour bâtir une relation durable avec vos clients
-

Mon approche ?

- Structurer votre prospection et choisir les bons canaux
- Développer une démarche claire et efficace
- Mettre en place des actions simples pour bâtir une relation durable avec vos clients

Envie d'aller plus loin ?

sophie@aquisitio.fr

www.aquisitio.fr

06.16.11.10.35



Aquisitio



Aquisitio.fr