



WWW.ESITEUP.COM

CONQUETE CLIENT

La conquête de client est une procédure qui permet de trouver de nouvelles parts de marché. Elle est l'objectif phare de toute stratégie commerciale et de marketing.



Séance d'étude du CLIENT

Le client, une étude

Pour une entreprise régulée et bien aguerrie de son marché d'intervention, il est dubitable de faire de façon scrupuleuse l'étude DU CLIENT, Tous les aspects relatifs à QUI PEUT CONSOMMER votre produit et ou service,



Etude
pratique



Etude
scientifique



Etude
psychologique



Conceptualisation

DEFINITION AVEC
APPROCHE

COMPRENDRE LE
CONCEPT



Si vous êtes une entreprise ou rendez un service de quelque nature, c'est que votre entreprise ou service a besoin des consommateurs ou des personnes physiques ou morales qui utilisent vos produits ou services afin que vous fassiez bon profit en retour,

LES ÉTAPES D'ATTIRANCE CLIENT

LE SUSPECT c'est quelqu'un qui, selon vous et vos prévisions de cible, pourrait être intéressé à entrer dans un échange avec vous, simplement parce qu'il semble correspondre au profil de vos meilleurs clients et dispose des moyens de payer vos produits et ou services.

LE PROSPECT une personne qui a indiqué qu'elle souhaitait entrer dans un échange avec vous, soit explicitement (en demandant une proposition ou en se renseignant sur le prix), soit implicitement (en demandant un catalogue ou en demandant plus d'informations sur vos processus ou services).

LE LEAD le prospect et le lead sont directement liés de telle sorte qu'on pourrait les confondre dès fois mais il y a une nuance. Le lead c'est quelqu'un qui vous a donné de son propre gré ses contacts, adresses et ses informations identitaires pour que vous le serviez pour les fois à venir. Il porte un intérêt particulière votre produit ou service mais ne s'est pas encore engagé à acheter,

LE LEAD QUALIFIE On parle de leads qualifiés lorsqu'un visiteur fournit suffisamment de renseignements sur lui dans une plate-forme web sur un service ou produit qu'il souhaite,

Le client



il n'est plus un inconnu de vous, il n'est plus un suspect ni prospect, c'est le produit définit de vos suspicions et prospections.

Il définit des termes contractuels avec vous et commence à consommer vos produits ou services. Il vous recommande en donnant des témoignages sur vos prestations envers lui.

Le Client c'est quelqu'un qui a signé un contrat de service ou d'achat avec vous, a donné de l'argent ou, dans le langage des spécialistes du marketing, a conclu un échange ou marché avec vous.

Aspect de bonne suivi

de bonne heure

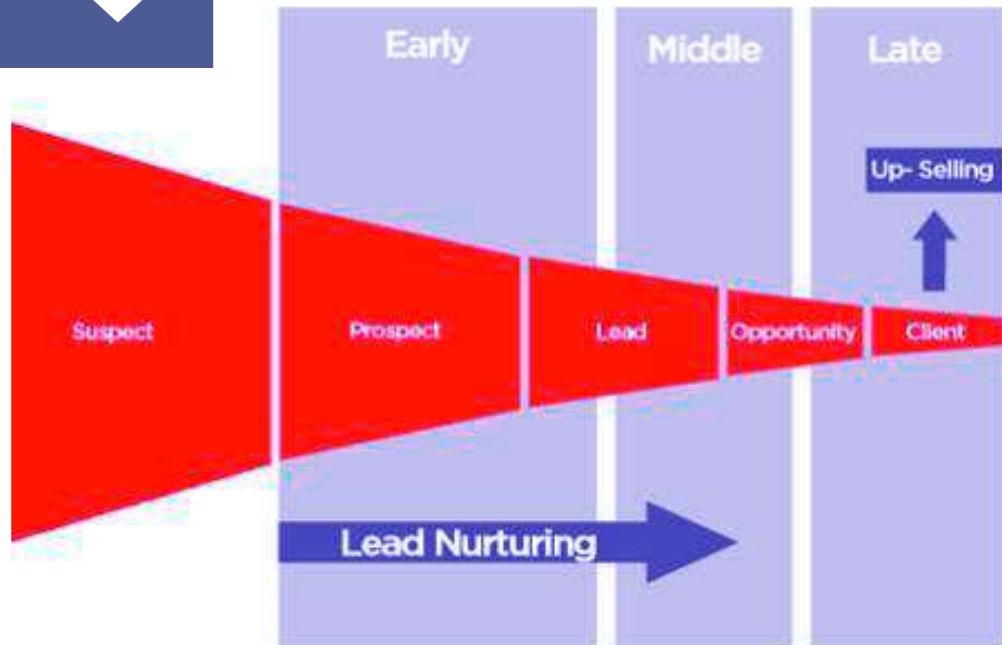
Du suspect au prospect, ne laissez rien vous échapper sur vos cibles, Vous devez savoir à quel moment les aborder, prendre toutes les variables en compte et bondir sur l'un,

Le milieu

L'étude du client en fonction de son milieu de vie, Prendre en compte tous les paramètres socio-professionnels et socio-familiales en compte,

Le temps de conversion

Garder en tête que le client n'es pas un processus qui s'aboutit du jour au lendemain, Tenir compte du temps que ça prend et en consentir par conséquent



LE MARKETING DE L'OFFRE

LA PRESENTATION E
L'OFFRE
COMPRENDRE LE
CONCEPT



Elle implique tout ce qu'il faut faire sur l'offre. Ses avantages pour le client, tout sur la cible, les avantages concurrentielles et les bénéfices du client.

Marketing de l'offre. Démarche marketing qui consiste à utiliser les techniques marketing pour assurer et favoriser la commercialisation de biens et de services issus d'un processus de création et de développement qui n'a pas pris en compte les attentes et les besoins des consommateurs potentiels.

LA PRESENTATION DE VOTRE OFFRE



Avantages

La touche magique que vous donnez à votre offre pour le client



bénéfices

Ce que le client gagne en nature direct sur votre offre, Bonus et raccourci de dépense



Caractéristiques

Les aspect physique unique de votre produit ou service,



Reconnaissance

Le classement de vos clients par ordre mérite pour fidélisation

La méthode C.A.B

CARACTÉRISTIQUES	AVANTAGES	BÉNÉFICES
Création de site internet	Livraison d'un site clé en main adapté à vos besoins	Gain de temps précieux Gain en efficacité
Master class en visio-conférence	<ul style="list-style-type: none">- Stimulation en groupe- Pas de déplacement requis	<ul style="list-style-type: none">- Gain en efficacité : mutualiser les solutions- Gain de temps et d'argent
Estimation du prix d'un bien immobilier à la vente	Avis d'un expert qui connaît le marché	Gain d'argent avec un prix qualifié Gain en tranquillité : pas de questionnement ni d'erreur

VOTRE PITCH



Percutant – Pointu - Identique à vous

Pitch simple

2

Pour aider

cible identifiée, à l'issu de vos études clients et confirmé étant dans le besoin

3

A résoudre

un problème identifié dans un cadre défini, Un besoin irrésolu ou résolu sans satisfaction

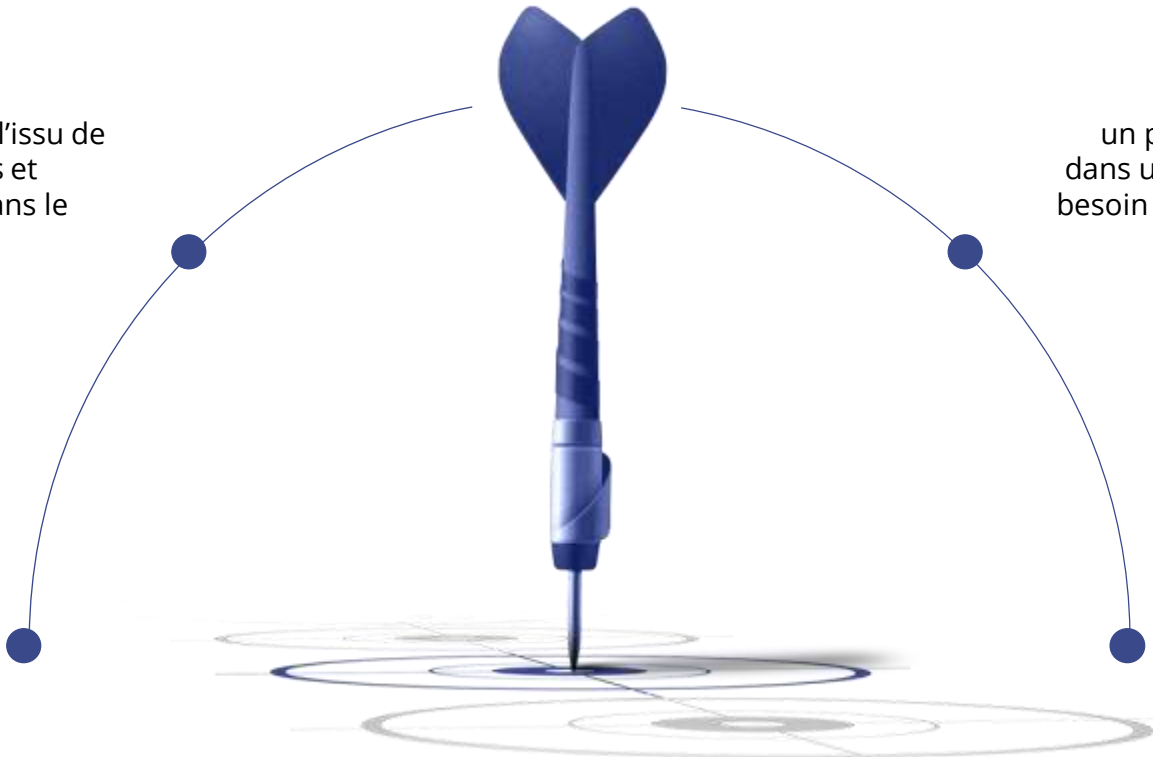
1

Développe

Offre claire, très simple de présentation que l'audience est capable de comprendre

4

Avec notre avantage unique, Votre innovation et votre touche magique



AD-Agency accompagne dans leur essor numérique les entreprises naissantes et existantes pour les aider à être en amont dans les moteurs de recherche et conquérir de nouveaux clients en utilisant nos plateformes de référencement et de vente.

L'offre d'abord



Votre offre = besoin de la cible



Le marketing et l'offre

Votre offre = besoin de la cible

Votre offre doit répondre à un besoin clair et spécifique de votre cible

La logique est que vous aidiez votre cible à résoudre son problème.

POINTU < > GENERALISTE

Ici, il est conseillé de donner une présentation pointue de son offre.

Ne pas être généraliste en se spécialisant

dans plusieurs domaines

VOTRE POSITIONNEMENT

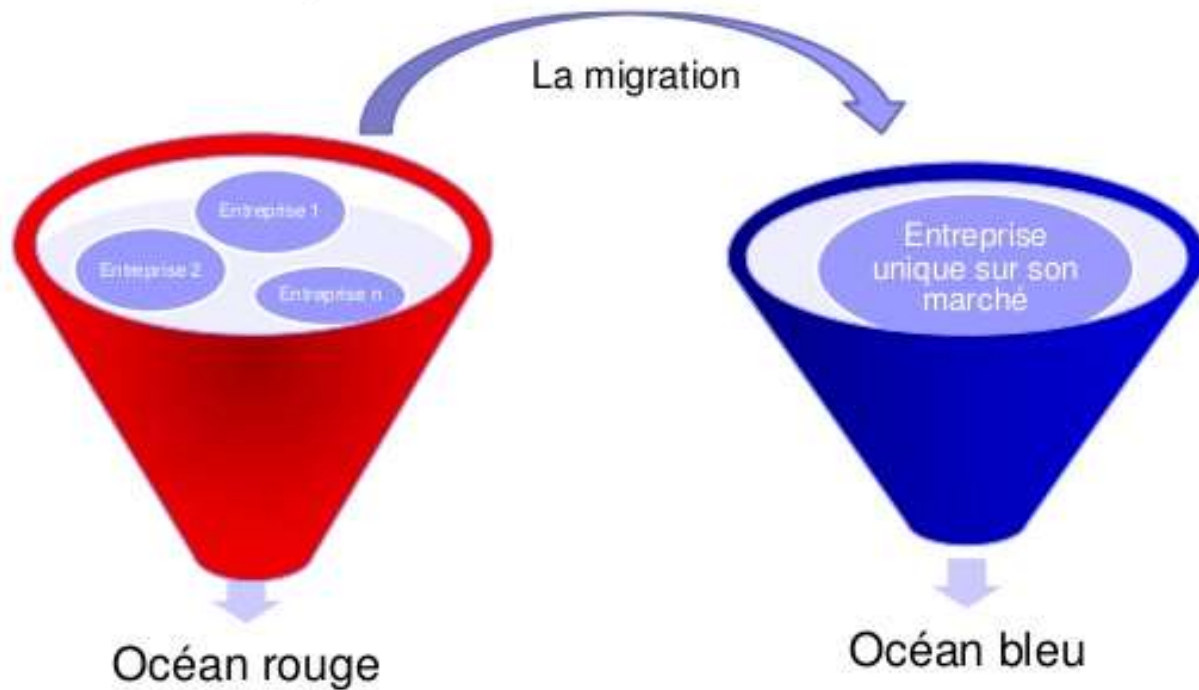


Lieu d'implantation adéquat

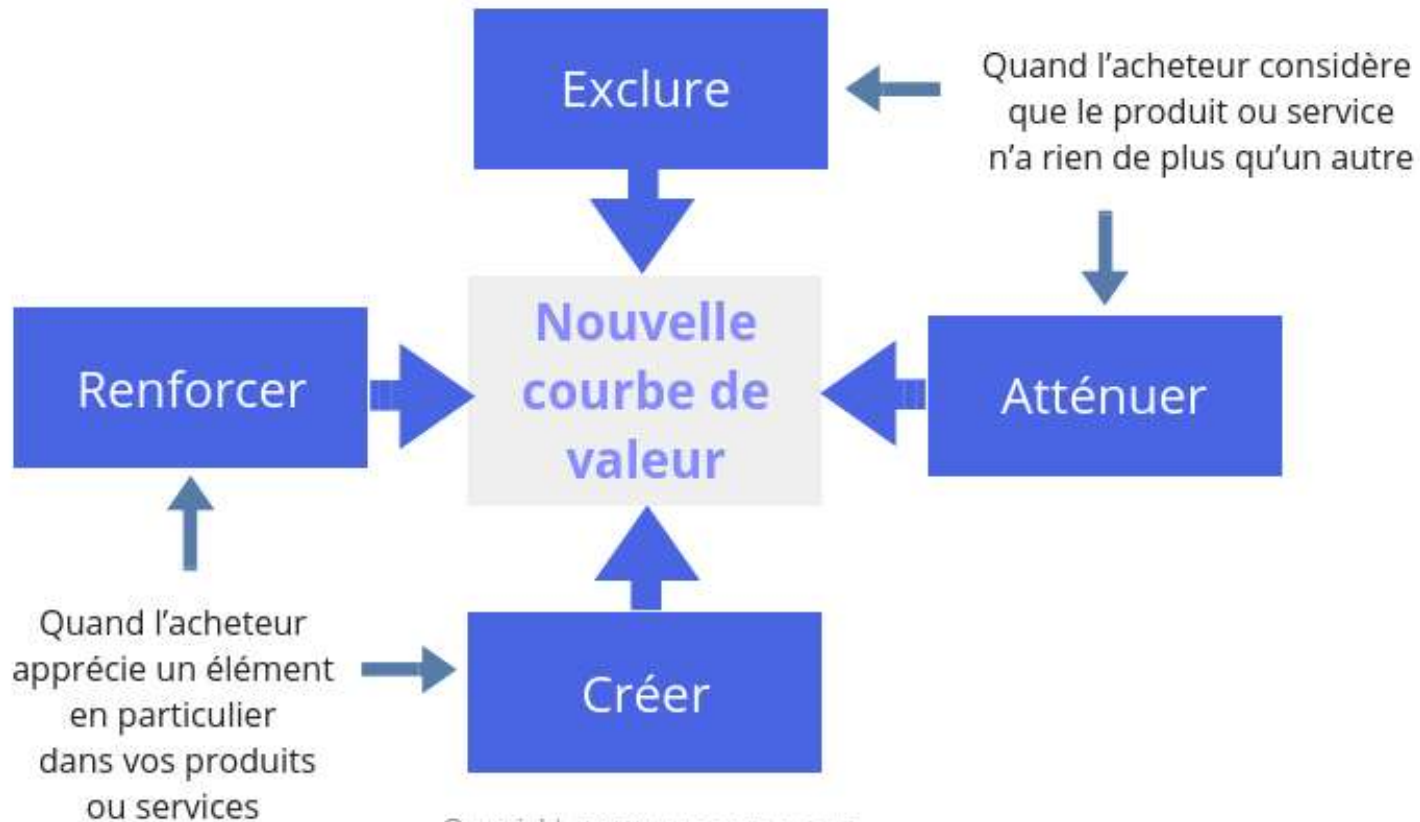
VOTRE POSITIONNEMENT

Océan rouge	Océan bleu
Agir au sein de l'espace existant et connu	Créer un nouvel espace stratégique
Battre les concurrents	Mettre les concurrents hors jeu
Exploiter la demande existante	Créer et conquérir une demande nouvelle
Accepter l'arbitrage entre valeur et domination par les coûts	Sortir de l'arbitrage entre valeur et domination par les coûts
Poursuivre une stratégie de différenciation OU de domination par les coûts (stratégie de Porter)	Engager une stratégie de réduction de certains coûts au profit de l'augmentation de valeur pour l'acheteur

Le concept



VOTRE POSITIONNEMENT



Contactez-nous

Nous sommes disponibles à vous aider dans votre stratégie marketing-client pour l'essor de votre entreprise



www.esiteup.com



+229 94 00 69 54



service@esiteup.com

3 février 2021

<#>

MERCI

Modeste Bohoun