

BTS NDRC – LES RESEAUX PROFESSIONNELS

(COMPLEMENT DE COURS)

PREPARER SA STRATEGIE RESEAU

| | | |
|--|---|--|
| 1. Se fixer un objectif | → | Se faire connaître, trouver des clients, des partenaires Échanger et apprendre, trouver de nouvelles idées |
| 2. Faire une cartographie de son réseau | → | Identifier les sous-réseaux et apprécier ses forces et ses faiblesses sur chacun d'entre eux |
| 3. Définir une stratégie réseau | → | Quels réseaux activer, pourquoi et comment ? <i>Réseaux professionnels existants, contact physique ou réseaux sociaux, ...</i> |
| 4. Adopter l'esprit réseau | → | Donner avant de vouloir recevoir S'intéresser aux autres, savoir les faire parler <i>Faire des rencontres à travers différents évènements (conférences, salons, remises de prix)</i> <i>Communiquer : se présenter soi-même et l'activité de l'entreprise, écouter échangé instaurer un climat de confiance</i> |
| 5. Pratiquer la logique réseau | → | Rendre service et demander des services Donner et demander des recommandations <i>Entretenir le réseau et instaurer un suivi régulier avec les personnes rencontrées (mail, rendez-vous, déjeuner,...)</i> |

ELARGIR LES RESEAUX PROFESSIONNELS EXISTANTS VIA LES CLUBS D'AFFAIRES

Les clubs d'affaires ont pour but de mettre en relation des professionnels d'une même zone géographique mais appartenant à des secteurs d'activité différents. Faire partie d'un club d'affaires permet de partager des carnets d'adresses et de bénéficier de recommandations de la part des membres. Pour trouver les clubs d'affaires dans une région, il est recommandé :

- de s'adresser aux chambres de commerce et d'Industrie, qui en recensent de nombreux ;
- de consulter le site spécialisé Place des réseaux, qui propose un annuaire des réseaux et clubs d'affaires ;
- de se rapprocher des réseaux BNI France et OptimRezo, implantés sur toute la France.

L'intégration dans un club d'affaires se fait par cooptation, c'est-à-dire qu'il faut être recommandé par un membre du club. Le droit d'entrée peut varier de quelques dizaines à quelques centaines d'euros. Dans un club d'affaires, il n'y a qu'un seul représentant par métier ; il ne peut donc pas y avoir de concurrence au sein d'un même club.

Une fois le club intégré, une présence régulière est indispensable pour participer aux réunions une fois par semaine ou deux fois par mois.

L'USAGE DES RESEAUX SOCIAUX DANS LE DEVELOPPEMENT DES RESEAUX PROFESSIONNELS

L'essor d'Internet a vu l'émergence de réseaux sociaux qui se sont développés via des sites permettant à leurs membres de créer un profil, de diffuser du contenu (articles, photos, vidéos) et d'interagir entre eux. Le socialselling consiste à utiliser les réseaux sociaux pour entrer en contact avec des acheteurs potentiels. L'objectif est de développer une crédibilité et une image d'expert sur ces réseaux afin d'obtenir des rendez-vous avec des prospects et de leur proposer une offre commerciale aboutissant à une vente.

On distingue les réseaux généralistes et les réseaux sociaux professionnels.

Le social selling via la méthode **PEPSI**

| ACTION | OBJECTIFS | CARACTERISTIQUES | Questions |
|------------------------------------|---|---|---|
| 1. Créer un profil | pour-Se faire connaître. - Créer sa marque professionnelle. | Photos, video, présentation, | Comment présenter son profil et sa page Entreprise ? |
| 2. Étendre son réseau | En Développant des contacts ciblés. | Inviter clients, prospects,... connaissances communes, | Quels contacts cibler ? - Comment développer le réseau ? |
| 3. Publier | - Susciter l'intérêt. - Développer une image d'expert. | Publication régulières et variées, actualités entreprise, conseils,... | Quel contenu publier ? |
| 4. Stimuler le réseau | - Construire des relations durables. - Obtenir des rendez-vous. | Répondre aux commentaires, établir le contact directement, face à face | Comment stimuler le réseau ? -Quels contacts sont prêts à accepter un rendez-vous ? |
| 5. Utiliser des indicateurs | Mesurer l'efficacité de la stratégie de social selling mise en œuvre. | Indicateurs : nombre de contact, like, visites commentaires, rendez-vous obtenu, CA faire bilan | - Quels indicateurs utilisés ? -Comment améliorer les résultats ? |