

CONSTRUIRE ET ENRICHIR VOS FICHIERS DE PROSPECTION

La conquête de nouveaux clients est essentielle pour une entreprise. Pour rendre vos démarches de prospection efficaces, rien de tel qu'un fichier commercial de qualité. Une base de données consolidée qui correspond au profil type de votre cœur de cible vous permettra de gagner un temps précieux et d'accroître vos taux de transformation.

COMMENT CONSTITUER VOTRE FICHER DE PROSPECTS ?

Pour constituer un fichier de qualité, vous devez avoir clairement analysé votre portefeuille clients et le secteur de marché que vous visez.

Ce travail d'analyse vous permettra de définir un profil type (par exemple : les jeunes parents urbains ou les entreprises médicales de moins de 20 salariés), de les identifier plus facilement et de pouvoir leur adresser des messages plus ciblés. N'oubliez pas que certains fichiers contenant des données personnelles sont soumis à une déclaration auprès de la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés).

Pour les fichiers clients et de prospects, il suffit généralement d'effectuer une déclaration simplifiée (norme simplifiée n°48). La CNIL a mis en place un système d'information sur son site Internet qui vous permet de vérifier rapidement si votre fichier doit être déclaré ou non et le modèle de déclaration qu'il vous faut.

1. En interne

Vos clients

Partant du principe que conquérir un nouveau client coûte 5 fois plus cher que d'en fidéliser un (d'après l'ouvrage de Dawkins J. and Reichheld F.F., « Customer Retention as a Competitive Weapon »), vous ne devez pas délaisser la fidélisation. Pensez à optimiser votre portefeuille clients en prenant soin d'actualiser régulièrement leurs données (et notamment leurs informations personnelles). Pensez également à réactiver vos anciens comptes clients. Renseignez-vous pour savoir pourquoi ils ne font plus appel à vos services.

Exemple : Faites de vos clients les ambassadeurs de votre marque en leur proposant de parrainer leurs proches en échange de bons cadeaux. La recommandation est l'un des leviers marketing les plus efficaces.

Vos partenaires

Interrogez vos fournisseurs et vos partenaires qui connaissent certainement les donneurs d'ordre susceptibles d'acheter vos produits ou services. Avec vos clients, vos partenaires sont les meilleurs prescripteurs. Vous pouvez également croiser vos bases de données avec eux pour monter des opérations communes.

Vos réseaux

Il est toujours plus facile de prendre contact avec une personne avec laquelle on a déjà un lien. Réseaux d'anciens élèves, syndicats ou clubs professionnels, anciens collègues... N'hésitez pas à les solliciter pour qu'ils vous recommandent.

Les salons

Fréquentez les congrès, salons, séminaires ... Tous ces lieux vous permettront d'entrer en contact avec des prospects qualifiés. Distribuez vos cartes de visite et surtout récupérez un maximum de coordonnées pour alimenter vos fichiers.



2. En externe

Pour enrichir votre base de données, vous pouvez également choisir d'acheter des fichiers.

Les fichiers CCI-AEF

Si vos clients sont des entreprises, vous pouvez acheter des bases de données sur le site de l'Annuaire des Entreprises de France, le fichier B to B des Chambres de Commerce et d'Industrie françaises. Vous avez la possibilité de réaliser vos fichiers sur mesure en fonction de vos critères de recherche.

Exemple : Si votre entreprise vend des photocopieuses, vous pourrez ainsi obtenir le listing de toutes les entreprises de plus de 15 salariés dans votre zone de chalandise susceptibles d'être intéressées par votre produit.

Les loueurs de fichiers

De nombreuses entreprises sont spécialisées dans la mise à disposition de bases de données comme Kompass, le Guide des Fichiers et du Marketing (www.gmf.fr)... Si vous souhaitez cibler des particuliers de manière géographique, La Poste propose également des solutions. Pour trouver un prestataire qui travaille dans le respect de la déontologie et des usages de la profession, vous pouvez consulter le site du Syndicat National de la Communication Directe (www.sncd.org)

3. Les sources d'informations gratuites

La presse

Tenez-vous informés ! La presse, les journaux professionnels, les lettres d'information sur des secteurs d'activité précis sont d'excellents moyens de découvrir de nouveaux prospects.

Les Pages Jaunes et les annuaires

Les recherches par secteurs d'activité et/ou par zone géographique sont un moyen efficace pour se constituer facilement et gratuitement une base de données.

QUELS OUTILS UTILISER ?

Une base de données centralisée est le minimum pour commencer à structurer sa prospection. Tous les commerciaux doivent y avoir accès pour pouvoir intégrer de manière systématique leurs contacts et les mettre à jour.

Si vous disposez de plusieurs logiciels, ils doivent pouvoir communiquer entre eux pour éviter les ressaisies fastidieuses et les risques de doublons. Gratuites ou payantes, différentes solutions existent.

Excel

Le tableur de Microsoft est un bon outil pour démarrer un fichier client. Simple d'accès, il peut se coupler à Outlook (pour lancer une campagne d'e-mailing par exemple) ou à Word (pour une campagne de publipostage). Attention toutefois, Excel est un logiciel monoposte, ce qui signifie qu'il ne peut pas être utilisé par plusieurs utilisateurs au même moment.

Access

Le logiciel de création de base de données de Microsoft (disponible dans la suite Microsoft Office) est idéal pour créer un fichier clients et gérer ses contacts. Comme Excel, il peut se coupler à Outlook et à Word. Sa force est d'être totalement personnalisable et de pouvoir intégrer des onglets sur-mesure (les historiques des clients par exemple). Si la création d'une base de données sur Access est un peu plus compliquée que sur Excel, l'utilisation se révèle plus intuitive.



Outlook

La messagerie de Microsoft peut se transformer un outil très efficace de Gestion de Relation Clients grâce à son extension « Outlook Contact Professionnel ». Vous pourrez ainsi gérer vos informations client (en les partageant avec votre équipe), vos activités de vente (avec possibilité d'analyse de données) et suivre vos activités de marketing (publipostage et gestion des appels téléphoniques)

Les logiciels de GRC

Il existe différents logiciels sur le marché (Act !, Cegid ...). Le prix d'achat d'une licence varie énormément en fonction du nombre d'utilisateurs, des applications (PC, téléphonie mobile, etc.), des fonctionnalités choisies. Avantage : vous pouvez choisir un logiciel spécifique à votre secteur d'activité parfaitement adapté à vos besoins.

Les logiciels en ligne

De plus en plus de sites (Salesforce, Microsoft Dynamics Online...) et de clouds permettent de gérer ses bases de données à distance, ce qui les rend consultables en permanence par de multiples utilisateurs où qu'ils se trouvent. Une solution intéressante pour les équipes nomades. Le prix se définit en fonction du nombre d'utilisateurs.

Les logiciels libres

Une solution gratuite à ne pas négliger. Sun Microsystems, par exemple, a développé dans sa suite Open Office des versions libres de Excel (Calc) et de Access (Base). D'autres logiciels Open source existent, comme Sugar CRM ou Vtiger.

Les logiciels sur mesure

Si vous avez des besoins très spécifiques et que vos finances vous le permettent, vous pouvez vous orienter vers le développement d'un outil sur mesure.

A RETENIR

Constituer un fichier client est une étape primordiale. Pour que sa mise en place soit efficace, vous devez utiliser des outils simples d'accès qui vous font gagner du temps. Une fois ce fichier constitué, vous pourrez l'exploiter et ainsi développer votre fonds de commerce, fidéliser votre clientèle, rentabiliser vos actions commerciales et de communication. Mais quels que soient les outils que vous allez mettre en place, ne perdez jamais de vue que ce qui fait la force d'un bon fichier clients, **c'est sa mise à jour et son enrichissement régulier.**

POUR APPROFONDIR : UNE SELECTION DE LIVRES

- Comment trouver et fidéliser vos clients, 7 clés pour vendre plus et mieux - Arnaud Cielie - Dunod - 2011
- Prospection commerciale, Stratégie et tactiques pour acquérir de nouveaux clients - René Moulinier - Editions d'Organisation - Septembre 2009



FICHE(S) RECOMMANDÉE(S)

- Choisir vos outils de communication
- Réussir vos campagnes courrier et e-mailing

SOLUTION BUSINESS

- Agora du business
- Fichiers d'entreprises

