

## Compétences : Mise en oeuvre d'un plan de prospection ( 2.1.3 )

### A - Préparer la prospection ( C21.4 )

#### 1 - Sélectionner les outils de prospection

Au niveau de la prospection, j'ai décidé d'utiliser un tableaux excel comme outils de prospection, pour différentes raisons.

Pour commencer Excel est le logiciel tableur le plus connu par les utilisateurs des plates-formes de nouvelles technologies, il présente de réels avantages pour tous les utilisateurs, y compris pour les moins avertis, car très rapide à mettre en place et très simple d'utilisation. On reconnaît en outre à ce logiciel des caractéristiques particulières qui le démarquent considérablement de la concurrence :

- Toutes les données sur une seule page : avec Excel, pas besoin de changer de page pendant le travail, car toutes les informations nécessaires sont contenues sur la même page, ce qui facilite ainsi son utilisation.
- Aucun coût supplémentaire : contrairement à d'autres logiciels de calcul qui nécessitent l'achat d'une licence d'utilisation, Excel est généralement fourni avec une seule licence Office.
- Très flexible : il est possible avec Excel de moduler à souhait la forme et le contenu, à travers ses colonnes, lignes, feuilles de calcul qui offrent d'énormes possibilités.
- Gestion souple : Il est ainsi plus aisé notamment de fusionner les données, effectuer des calculs, déplacer des données d'une colonne vers une autre...

*La base de données que j'ai créée lors de mon stage se trouvent sur mon site Internet, c'est le second lien que vous avez pu voir.*

#### 2 - Bâtir un plan de prospection

Avant même de bâtir un plan de prospection, il est nécessaire de rappeler son utilité.

Il consiste dans un premier temps à définir les objectifs de prospection, puis à identifier de nouveaux annonceurs potentiels qui seront enregistrés dans une base de données. Il organise selon un planning précis la mise en œuvre des moyens pour essayer de transformer les clients potentiels en clients effectifs.

Pour résumer, c'est un ensemble d'états préparatoire à la prospection afin de définir différents éléments ou méthodes à mettre en place pour optimiser la réussite et l'efficacité de prospection.

Pour commencer, il est nécessaire de définir le type de prospection, j'ai effectué lors de mon stage une prospection active et de conquête.

Ensuite, il faut définir le type d'objectif à atteindre, dans ce cas, ce sont des objectifs quantitatifs.

Réfléchir à la cible de prospection est primordial. Dans le cas de l'école la Fontaine notre cible principale était :

- les comités d'entreprise,
- les écoles primaires, collèges, lycée
- les associations artistiques,

Le but était de toucher le plus de personnes possible et qui pouvaient potentiellement correspondre au cœur de cible de l'école.

Définir l'offre commerciale proposée est l'étape suivante dans le plan de prospection. Dans ce cas pratique, nous offrons un code promotionnel de -10% sur les différents forfaits que l'école La Fontaine propose ( Forfait 5 séances, 10 séances, 20 séances) et un cours d'arts plastiques gratuit. L'outil de présentation de l'offre est un flyer comme nous avons pu le voir au-dessus.

Déterminée, la durée de la prospection est une étape importante. L'équipe de l'école La Fontaine est moi avons décidé de mettre en place ce plan de prospection sur une durée de 6 semaines, du 7 novembre au 16 décembre. Tandis que pour l'offre nous avons déterminé une date butoir, celle-ci est valable jusqu'au 31 décembre 2022.

Avant de démarrer la prospection, il faut s'assurer que nous avons des outils de ventes adaptés. Ces supports aident à visualiser l'offre, il permet au client de mieux représenter l'offre. Nous avons donc choisi le flyer, pour différentes raisons :

- Le flyer a l'avantage de se diffuser partout : dans la rue, dans les commerces, de main à main, ...
- Leur format sous forme de feuillet permet d'être facilement quantifier et mesurer ainsi le nombre d'exemplaires distribués pour évaluer votre campagne publicitaire.
- Ils peuvent également être diffusés via la poste.
- Leur taille peut se décliner de différentes façons ce qui rend leur utilisation très facile.
- Ils peuvent tout aussi être disponibles sous format électronique afin d'être transmis directement par email.

Enfin, il est nécessaire de choisir un moyen de contact adapté. Ici, nous avons choisi le phoning, c'est un appel téléphonique. L'avantage principal de ce moyen est le coût très faible et la facilité de contacter les personnes concernées.