

Checklist Prospection : Cap vers de nouvelles collaborations !

Bonjour ! Merci d'avoir demandé ton pack gratuit de la formation "Deviens un Pro du démarchage Clients. J'ai une dernière chose pour toi : une liste à checker au fil de ta prospection ! Pour l'utiliser, rien de compliqué : imprime cette liste (ou ouvre-la sur ton PC pour économiser du papier) et vérifie bien d'avoir réalisé chacune des actions ci-dessous lors de tes phases de prospection. Cette liste paraîtra toute bête, presque évidente pour certains. Pour d'autres, elle sera d'une aide précieuse ! Dans tous les cas, acquérir cette méthodologie te permettra de ne pas brûler les étapes lors de ta prospection. On y va ?

Première étape : T'autoévaluer

La première étape ne nécessite pas d'action de ta part. Il s'agit simplement d'évaluer ton niveau. Nous voulons TOUS vivre de la rédaction web rapidement, c'est parfaitement normal. Cependant, avant de démarcher, tu dois t'assurer d'avoir un bon niveau tant au niveau de la création de contenu que du SEO. Les points à surveiller sont avant tout ton orthographe, ta maîtrise de la langue française et ton vocabulaire. Ensuite, tu dois être parfaitement capable de créer des textes optimisés pour tes clients. Sans cela, tu risques d'être grillé rapidement et de susciter la colère de tes clients.

C'est logique : imagine que tu te rendes chez le coiffeur. Tu emportes avec toi une photo de TA coupe de cheveux idéale. Le coiffeur t'assure pouvoir la réaliser. Résultat ? Tu ressembles à un caniche qui aurait passé la journée sous la pluie et bravé une tempête. Forcément, avec les clients, c'est pareil : ne garantis JAMAIS de pouvoir réaliser une prestation que tu ne maîtrises pas à la perfection. Rien ne sert de courir : il faut partir à point, comme le dit l'adage. Tu n'es pas prêt ? Ce n'est pas grave. Auto-évalue toi et travaille sur tes points faibles pour arriver sur le marché compétent et sûr de toi.

Deuxième étape : Définir ta cible

Il est important de bien définir ta cible avant de commencer à prospecter. Pose-toi les questions suivantes :

- Qui est ta cible, ou plutôt, qui sont tes cibles ? Le rédacteur web peut travailler avec de nombreux clients, qu'ils soient blogueurs, charcutiers, maçons, créateurs de bijoux ou toiletteurs pour chien. Cependant, ces entrepreneurs ne sont pas tous à aborder de la même manière. (Je consacre un chapitre entier aux clients du rédacteur web dans ma formation).
- Ta cible a-t-elle le potentiel économique pour te payer ?
- Quelles prestations pourrais-tu vendre à ta cible ?
- De quoi a-t-elle besoin ?

Ces questions nous amènent à l'étape numéro 3....

Troisième étape : Apprendre à connaître ton prospect

Eh oui ! Tous les clients, ou même tous les sites web, n'ont pas les mêmes besoins ! Il est important de t'intéresser à ton prospect avant même de le contacter. Mène ton enquête, fais ta fouine : logiquement, un bon démarchage commence par une analyse du site du prospect. Tu vas sans doute passer plus de temps à analyser les besoins de ta cible qu'à la démarcher, mais le jeu en vaut la chandelle : après ces quelques minutes passées à étudier ton futur client, tu sauras exactement ce dont il a besoin et, naturellement, tu seras plus à même de susciter son intérêt. Voici quelques points auxquels tu peux (et dois) prêter attention :

- L'ancienneté du site
- La qualité d'optimisation de chaque page du site
- La présence ou non d'un blog
- La présence de balises, de liens internes et externes, de mots en gras
- La présence de fautes d'orthographe, de grammaire ou de tournures tirées par les cheveux
- L'utilisation de bons mots clés... (Dans la formation, je t'offre une To Do list SEO très complète pour comprendre ce que doit contenir un article optimisé SEO)

Quatrième étape : Prendre des notes

De quoi auras-tu l'air, si tu démarches plusieurs fois un même site, si tu mélanges les infos ou si tu veux recontacter un prospect sans te souvenir de l'adresse de son site ? De quelqu'un de pas professionnel. Dans le pire des cas, ton étourderie te fera passer à côté de précieuses collaborations. Alors, prends des notes ! Dans la formation, je t'explique comment planifier ta prospection.

Cinquième étape : Trouver TES terrains de chasse

Je dis bien TES terrains de chasse. Pour trouver des clients rapidement et prospecter efficacement, tu vas devoir jongler entre différents canaux de prospection. On pense souvent à tort que seul le démarchage par mail est payant : je vous détrompe de suite. LinkedIn, par exemple, est un réseau hyper puissant pour trouver des clients ! C'est d'ailleurs sur LinkedIn (j'y consacre 2 cours entiers, il y a vraiment quelque chose à faire avec ce site !!!) que je trouve la majorité de mes collaborateurs.

Je suis même contactée en direct, sans rien faire, régulièrement (pendant mes dernières vacances, je n'étais pas du tout active. J'ai reçu 5 propositions de missions ! Attention : à chaque canal de prospection ses propres codes. Pour trouver des clients, tu dois apprendre à utiliser chaque réseau social, chaque plateforme, chaque site, bref, chaque canal, comme il se doit. Si tu veux aller plus vite, je t'explique comment dans ma formation. Si cela ne t'intéresse pas pour le moment et que tu veux te débrouiller seul(e), je te conseille vivement

de te pencher sur le sujet et de tester différentes méthodes pour trouver ce qui fonctionne



Sixième étape : Faire tes recherches

Tu sais maintenant par où commencer. Passons à la pratique : il est temps de commencer à trouver des prospects. Pour cela je te conseille de fonctionner :

- Par thématique (une à la fois)
- Ou par type de prospect (un à la fois aussi)

Les deux fonctionnent : tout dépend de toi, le tout est de ne pas t'éparpiller. Maintenant, à toi de trouver les expressions clés idéales correspondant à tes prospects. Tu veux travailler avec un éleveur de bigorneaux ? Tape éleveur de bigorneaux, éleveur de bigorneaux en Normandie, comment élever des bigorneaux, bigorneaux d'élevage... En fait, c'est assez similaire à une recherche de mot clé, tu ne trouves pas ? À toi de jouer !

Important : Continue de prendre des notes au fil de ta prospection, même si tu as déjà envoyé ton mail d'accroche. Je radote, mais tu dois absolument être capable de dire qui tu as démarché, qui tu VAS démarcher et quand !

Septième étape : Prospecter !!!! (C'est pas trop tôt :p)

Passons aux choses sérieuses. Je te recommande de te fixer un nombre limité de mails et de messages à envoyer quotidiennement, que ce soit en direct ou sur les réseaux sociaux. Cela te permettra d'envoyer des prises de contact de qualité, tout en gardant ton cerveau frais et dispo. Le but n'est pas de te dégoûter de la prospection. *Step by Step* ! Nous arrivons maintenant à mon conseil le plus important : personnalise chacun de tes mails de prospection, en utilisant les informations que tu as récoltées en analysant les besoins de ton prospect.

Personnellement, je reçois des tonnes de propositions de rédaction pour mon blog : les $\frac{3}{4}$; si ce n'est 99 % de ces demandes, sont impersonnelles, copiées collées, ou bourrées de fautes. Je dois vous dire une chose : cela m'agace profondément. En fait, je n'y réponds même pas, pourtant, je suis plutôt tolérante. Vous voulez un scoop ? Beaucoup de clients sont dans mon cas. Si vous envoyez un mail à la va-vite, ils ne vous répondront pas, ou vous enverront sur les roses. Tout web entrepreneur ou entrepreneur tient son travail à coeur : le contacter en s'étant intéressé à lui est le minimum qu'un bon rédacteur puisse faire. Pour finir, je te dirais donc d'accorder du temps à la rédaction de tes mails, le but étant d'accrocher ton prospect et de lui donner envie de travailler avec toi !