



🏠 Accueil / Développer / 20 secrets pour attirer de nouveaux clients

Attirez de nouveaux clients Développer Vente

20 secrets pour attirer de nouveaux clients

👤 L'équipe Dynamique Entrepreneuriale · il y a 3 semaines 🔥 265 883 📖 5 minutes de lecture



Le rêve de tout dirigeant est d'avoir des clients qui, comme par miracle, viennent à lui seulement en entendant le nom de l'entreprise ou du produit. Mais la réalité est que la concurrence fait rage, que les clients sont souvent fidèles à certaines marques et n'aiment pas forcément le changement ou prendre des risques. Trouver de nouveaux clients n'est pas une tâche facile. Vous trouverez 20 astuces pour les attirer.

Définissez bien votre cible

C'est le B.A.ba du vendeur. Inutile de vous lancer dans la conquête de nouveaux clients si vous ne savez pas vraiment qui vous cherchez... Dressez un portrait robot du client type susceptible d'acheter votre produit ou service. Détaillez ensuite quelles sont ses envies, ses attentes, ses habitudes et les lieux où il va trouver l'information sur les produits : une enquête digne des plus mémorables parties de Cluedo !

Faites-vous connaître de votre cible

Une fois votre cible définie, tentez de la toucher en communiquant sur l'entreprise et son offre. Encart publicitaire dans la presse, distribution de flyers, envoi d'e-mailing... À vous de définir le moyen de communication idéal pour toucher votre cible.

Étoffeiez votre réseau

Vous [cherchez de nouveaux clients](#) ? C'est peut-être alors le moment de sortir de votre tanière de chef d'entreprise et d'aller à la rencontre de nouvelles personnes qui pourraient vous présenter à de futurs clients. Où aller à la pêche au contact ? Dans les clubs business, sur des événements locaux ou liés à votre secteur d'activité...

Exploitez vos réseaux

Vous avez scrupuleusement suivi le précédent conseil, bravo ! Mais tout le travail reste encore à faire ! Car il ne suffit pas de donner sa carte de visite pour gagner un nouveau client... Alors soyez proactif, reprenez rapidement contact et proposez vos services ou contacts : la meilleure recette pour récolter de l'aide de votre réseau.

Communiquez sur les réseaux sociaux

Tout le monde le dit, aujourd'hui les marques doivent être présentes sur les réseaux sociaux. Certes, mais encore faut-il savoir bien les utiliser ! Créer une page Facebook oui, mais si vous l'animez régulièrement avec des infos qui peuvent intéresser les clients par exemple.

Encouragez les clients satisfaits à témoigner

Car ce sont eux vos meilleurs ambassadeurs. Ces clients pourront lancer un bouche à oreille élogieux sur votre produit qui se répandra et touchera vite des clients potentiels déjà tout acquis grâce à cette recommandation d'un tiers en qui ils ont confiance. Quoi rêver de mieux ?

Placez-vous en expert

Qu'est-ce qui [convaincra les clients](#) d'aller chez vous ? De savoir que vous êtes le meilleur. Et comment leur faire passer cette idée ? En vous plaçant en expert du domaine, à travers la rédaction d'un ouvrage spécialisé, en postant sur les réseaux sociaux des articles axés conseil ou en intervenant dans les fameuses « tribunes d'experts » des magazines. Une petite dose de travail supplémentaire pour un effet max.

Bâtissez un site internet efficace

Aujourd'hui la plupart des consommateurs commencent par faire un tour sur Internet avant de se décider dans leurs achats. Alors concentrez vos efforts sur la réalisation d'un site Internet efficace. Celui-ci doit être clair, précis et bien agencé. Veillez également au style : un site « vieillot » ne boostera pas l'impulsion d'achat !

Diversifiez votre offre

Si votre produit ou service n'attire pas suffisamment de clients, une des solutions reste d'en proposer un autre. Une idée simple, voire même simpliste, mais qui peut faire son effet ! Analysez la tendance de votre marché et réfléchissez bien à ce que votre cible attend... Il ne vous reste plus qu'à surfer sur la vague du succès.

Améliorez votre démarche commerciale

Dans le confinement actuel et qui perdure, il est rare qu'un client par le seul fait de l'existence de votre site internet soit prêt à signer un contrat sans avoir pu échanger avec le commercial. Il vous faut donc améliorer votre commercial ! Coaching, formation ou lecture assidue d'ouvrages spécialisés... tous les moyens sont bons pour devenir un meilleur vendeur.

N'ayez plus peur de la prospection téléphonique

La nuit vous rêvez qu'un téléphone psychopathe vous séquestre dans votre bureau ? Pas de doute, vous êtes victime d'une forme aigüe de prospection-phobie ! Alors détendez-vous et relativisez : même les meilleurs vendeurs se font régulièrement raccrocher au nez ! Vous pouvez aussi songer à vous former dans ce domaine pour prendre confiance en vous et améliorer votre efficacité.

Explorez les multiples techniques de promotion

Ne dites pas que vous ne vous êtes jamais laissé convaincre par les techniques marketing mises en place par les industriels pour vous faire acheter leurs produits ? Le fameux « 2 pour le prix d'1 » : un tour de magie ? Non, juste une parfaite compréhension des mécanismes de l'impulsion d'achat... que vous pouvez reprendre à votre compte en la remixant un peu.

Concluez des partenariats

Parce qu'à 2 on est plus fort que tout seul. Non, ceci n'est pas une pub pour Meetic mais bien un conseil commercial ! En vous alliant avec une entreprise qui propose une offre complémentaire à la vôtre, vous vous offrez une plus grande visibilité et étoffez votre réseau.

Améliorez votre offre à partir des retours de vos clients

Ils n'ont peut-être pas un diplôme de marketing en poche mais ce sont tout de même eux qui vous conseilleront le mieux pour optimiser votre offre.

Rénovez votre image

Un client vous demande si c'est votre papi qui a dessiné votre logo ? Il est peut-être temps de rafraîchir votre image en lui donnant un coup de jeune ! Et parce que le passage par la case lifting ne fonctionne pas que pour les femmes, votre marque connaîtra elle aussi un succès renouvelé !

Améliorez votre référencement

Car peu de gens auront le réflexe d'appeler le plombier dont le site est référencé sur la page 12 des résultats dans Google... Alors investissez et offrez-vous les conseils de spécialistes du référencement : effets garantis sur le chiffre d'affaires annuel !

Apprenez à optimiser vos rendez-vous clients

À moins que vous maîtrisiez l'art de l'hypnose, ce qui pourrait vous faciliter grandement la tâche pour convaincre le client qui est en face de vous, il va vous falloir apprendre à conclure efficacement vos rendez-vous commerciaux même si ceux-ci se déroulent en visio-conférences.. Un art subtil dont vous pourrez percer les secrets en consultant les livres d'experts qui ont fait leurs preuves mais aussi en observant les différents podcasts des entreprises qui présentent leurs produits.

Observez votre marché et inspirez-vous des bonnes idées des concurrents

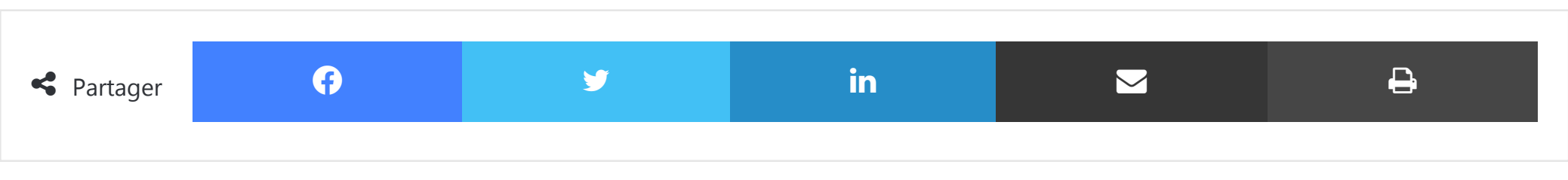
Souvenez-vous : comment faisiez-vous pour avoir de bonnes notes quand vous étiez au CP ? Vous vous placiez à côté du premier de la classe pour copier ! Aujourd'hui il ne s'agit plus de copier mais de bien étudier le positionnement de vos concurrents pour détecter leurs bonnes idées, celles qui attirent à eux tous vos clients potentiels.

Trouvez de nouveaux réseaux de distribution

Prenez-vous pour Les Experts et partez à la chasse aux indices qui vous permettront de définir les lieux que fréquentent vos clients potentiels. Une fois ces lieux définis, creusez-vous la tête : il doit bien y avoir un moyen d'en faire un point de vente de votre offre...

Faites preuve d'imagination

Toutes les idées qui vous permettront de soigner votre image et de vous rapprocher de votre cible sont bonnes à prendre. Organisation d'ateliers pratiques, opérations marketing décalées... Réalisez un brainstorming avec vos salariés et laissez venir toutes les propositions, même les plus improbables. La marque Michel et Augustin ne s'est-elle pas fait connaître lorsque ses fondateurs sont sortis dans la rue, nus avec des tâches de vache collées sur eux ? En ce moment, il vous faudra appliquer plutôt la méthode du buzz marketing de la marque EMILY CRISPS : UNE CAMPAGNE OUTDOOR DURANT LE CONFINEMENT



Quelles peuvent être les contraintes qui freinent le développement de mon projet entrepreneurial ?



Lettre ou e-mail type de recherche de fournisseurs : appel d'offres

Articles similaires



4 mythes sur la fidélisation des clients

🕒 il y a 1 jour



Comment gérer un client insatisfait ?

🕒 il y a 2 jours



Le paiement en plusieurs fois en ligne pour améliorer les ventes

🕒 il y a 4 jours

Laisser un commentaire

Votre adresse e-mail ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec *


Nom *


Adresse de messagerie * Site web

☐ Enregistrer mon nom, mon e-mail et mon site dans le navigateur pour mon prochain commentaire.

Laisser un commentaire






Suivez-nous sur

 31 798 Fans

 14 567 Followers

 1 220 Abonnés

Populaire	Récents	Commentaires
-----------	---------	--------------

- **Que coûte un salarié ?**
🕒 28/08/2013
- **Les étapes d'une stratégie de communication réussie**
🕒 09/12/2020
- **20 secrets pour attirer de nouveaux clients**
🕒 il y a 3 semaines
- **30 citations pour booster votre moral !**
🕒 09/12/2019
- **Lettre ou e-mail type de refus de candidature**
🕒 24/11/2020