

Motorola chapellerie 15 novembre 2017

Ce qu'il s'est bien passé : accueil chaleureux, les deux vendeuses étaient curieuses, qu'elles se sont intéressées à nous, enthousiasme de deux cotés, que le projet les intéresse et ça correspond à leur demande parce qu'ils attendaient ce genre de communication, qu'elles étaient contentes de ne pas avoir besoin de chercher auprès d'une agence cette forme de communication, qu'elles sont en accord avec nos valeurs humaines, elles nous ont trouvé sympathiques et souriants, qu'elles nous ont fait confiance, elles nous ont déjà présenté à ces clients comme leur nouvelle équipe marketing, on a réfléchi à la stratégie avant de rentrer dans le magasin, notre argumentation était convaincante et elles ont réussi à se projeter, on est partis défaitistes mais au final on a été reboostés, on a été sincères concernant nos ressources d'artistes

Ce qu'il s'est mal passé : notre Pitch n'était pas préparé et on s'est un peu coupé la parole des fois, on est partis défaitistes

Ce qu'on a appris : Cette entreprise cherche de nouveaux moyens de communication, cibler son démarchage en fonction de l'environnement et des besoins actuels des commerçants, à rebondir dans l'argumentation, on a réussi à improviser, elles sont potentiellement intéressées par les artistes de cirque

Ce qu'on va mettre en action : garder contact, créer le contrat, créer la plaquette, leur renvoyer et faire de la rétention. Trouver une troupe de danse ou de cirque.