

# Comment séduire votre client ?

## FICHE 5

Lorsqu'on est freelance, trouver encore et toujours de nouveaux clients et de nouvelles missions est essentiel, que l'on soit débutant ou senior. Proposer des prestations de qualité ne suffit plus. Encore faut-il que votre offre de services trouve preneur ! Voici quelques techniques pour « séduire » votre cible de clientèle.

### CONNAÎTRE SES PROSPECTS

Pour tout freelance, la prospection est une tâche indispensable pour trouver de nouveaux clients, même si pour beaucoup, c'est un travail ingrat. Alors, autant tout mettre en œuvre pour effectuer une prospection efficace. Connaître vos clients potentiels vous permettra de ne pas perdre de temps dans des contacts professionnels voués à l'échec et d'avoir plus de chance de décrocher des missions intéressantes.

Se renseigner sur un prospect, c'est tout d'abord se renseigner sur son environnement économique : son secteur d'activité, ses concurrents. C'est également se renseigner sur sa culture d'entreprise ou son actualité. Pour glaner des informations pertinentes sur vos prospects, intéressez-vous à la presse spécialisée dans le secteur d'activité qui vous intéresse et allez chercher des informations sur le web.

### ADAPTER SA COMMUNICATION À LA CIBLE

L'émergence des NTIC (nouvelles technologies de l'information) a apporté de nombreuses innovations dans les méthodes de communication.

L'avènement du numérique a entraîné la création de nouveaux métiers, de nouvelles pratiques et supports de communication.

Quelle que soit votre compétence et la pertinence de votre offre, vous ne pouvez pas vous passer d'outils de communication pour vous faire connaître.

Elle repose sur un principe très simple : ne pas vous faire oublier. À tous vos contacts envoyez votre plaquette puis, quelle que soit la suite donnée, faites-leur parvenir régulièrement, tous les trimestres par exemple, une relance, un nouveau produit,

une nouvelle proposition. Publiez ces infos sur votre blog et activez vos réseaux sociaux pour en augmenter la visibilité.

Rappelez-vous de temps en temps aux bons souvenirs de vos clients actuels par un envoi plus personnalisé : une carte évoquant un de leurs loisirs, une invitation à un spectacle, à une exposition.



### À SAVOIR :

Chaque cible n'a pas les mêmes préférences en matière de canal de communication.

De ce fait, apprenez à observer les techniques de communication de votre cible (site Internet, newsletter...) et alignez-vous sur sa technique, ainsi vous aurez moins de mal à communiquer votre offre comme vous le souhaitez.

### PROSPECTER DE MANIÈRE ACTIVE

Même si, en tant que freelance, vous profitez de votre liberté professionnelle pour lever le pied, il peut être très intéressant pour vous de ne pas arrêter de prospecter de nouveaux clients.

Pour cela, intéressez-vous de près aux plateformes web spécialisées dans les offres de missions pour freelance, comme Air job. Ces sites internet sont en effet alimentés en permanence par des entreprises à la recherche de prestataires.

Beaucoup d'entreprises à la recherche de freelance pendant les fêtes de fin d'année auront également plus de temps pour étudier votre candidature. Les missions que vous pourrez trouver entre Noël et le jour de l'an ne commenceront pour la plupart qu'une fois la nouvelle année entamée.

Si vous décrochez une mission importante qui s'inscrit dans la durée, libre à vous d'offrir à votre nouveau client une petite ristourne pour cette nouvelle année sous le signe d'une collaboration fructueuse. Et vous voilà reparti pour une vie de freelance au carnet de commandes bien rempli...



## CONSEIL

### PROSPECTEZ EFFICACEMENT

La première chose à faire est d'attiser la curiosité du client via une accroche bien envoyée. Quel que soit le service proposé, la **technique du « teasing »** est l'une des plus efficaces.

Il s'agit d'une méthode très populaire dans le domaine de la publicité. Elle consiste à éveiller l'attention du lecteur afin de l'inciter à continuer sa lecture. Pour ce faire, le début du message doit contenir des énigmes, des mystères qui seront dévoilés au plus bas dans le texte. On peut écrire, par exemple : « saviez-vous qu'entretenir coûte 10 fois moins que réparer ? »...

## PRÉPARER VOTRE RENDEZ-VOUS CLIENT

Ce premier rendez-vous est le plus souvent un rendez-vous de présentation. Vous avez réussi à obtenir un rendez-vous, votre prospect va vous connaître et, de votre côté, vous allez obtenir des informations qui vous permettront de faire une offre appropriée. N'oubliez pas que l'on n'a qu'une seule fois l'occasion de faire une première bonne impression. Beaucoup de choses vont donc se jouer dans le premier regard, la première poignée de mains, les premiers mots prononcés.

Votre interlocuteur va vous observer et vous ferez de même. Dès cet instant, vous devrez capter son attention en précisant les raisons qui vous ont amené à provoquer ce rendez-vous. Adressez-vous à votre interlocuteur sans cesser de le regarder. Parlez-lui de lui. Et lorsque vous parlerez de vous, faites-le en termes d'avantages pour lui. Au cours de

l'entretien, notez les points essentiels de votre conversation ainsi que les mots, les expressions qu'il emploie.

Cela vous sera très utile pour rédiger votre compte-rendu ou votre proposition. En reprenant son vocabulaire, vous parlez le même langage que lui. Avant de prendre congé, remerciez-le de vous avoir accordé du temps et de l'attention. Terminez votre entretien par une poignée de mains accompagnée du rappel d'un nouveau contact : « Je vous envoie ma proposition dès lundi », « À la semaine prochaine au téléphone », « À mercredi en quinze à votre bureau ». Le soir même, complétez votre fichier prospection en notant les informations que vous avez recueillies et les engagements pris.



### FICHES PRATIQUES

Retrouvez l'ensemble de nos fiches pratiques pour bien débuter son activité de consultant sur notre site internet.



### ASTUCE DE PRO SUIVRE VOTRE CLIENT

Pour connaître le suivi de votre relation client, n'hésitez pas à noter l'ensemble de vos échanges avec la date et un résumé court de l'échange.

Cela vous permettra de pouvoir montrer votre implication dans la relation professionnelle.

## A PROPOS D'ABC PORTAGE

Référence du portage salarial en France, nous nous engageons au quotidien pour favoriser le succès de nos consultants dans leurs activités et projets professionnels.

Pour une gestion personnalisée, contactez-nous

Groupe ABC Portage

Paris – Lille – Lyon – Nantes – Marseille – Toulouse – Siège social : 24, rue de Prony – 75017 Paris  
Tél : +33 (0) 1 43 80 51 61 – E-Mail : [contact@abcportage.fr](mailto:contact@abcportage.fr) - [www.abcportage.fr](http://www.abcportage.fr)