|  |
| --- |
| Réflexion 1 – Définir la prospection |
| **Durée** : 15’ | **Homme avec un remplissage uniou Deux hommes avec un remplissage uni** | Source  |

**Travail à faire**

Après avoir lu le document, répondez aux questions suivantes :

1. Que signifie B2B et B2C ?
2. Quelles sont les caractéristiques de la prospection directe ?
3. Quelles sont les caractéristiques de la prospection indirecte ?
4. En quoi consiste L’inbound marketing et à quel type de prospection peut-il être rattaché ?
5. En quoi consiste L’Onbound marketing et à quel type de prospection peut-il être rattaché ?
6. Quel est la principale différence entre l’inbound marketing et l’outbound marketing ?

**Doc. 1 Qu’est-ce que la prospection : définition, plan, techniques**

***Source : https://blog.waalaxy.com/***

La prospection consiste à **rechercher des clients potentiels** (appelés des prospects) afin d’en faire des clients réels.

**Prospection directe :**

La prospection physique ou directe se fait généralement dans le monde du **B2B** ou du **B2C** pour des produits spécifiques (la rénovation de maison par exemple). C’est une **méthode** très démodée et de moins en moins rentable. Il s’agit généralement de commerciaux en costumes, mallettes et voitures de fonction qui viennent démarcher d’autres **entreprises** pour leur vendre des solutions.

Le but est généralement de vendre immédiatement. Mais il y a quand même une distinction entre deux types de prospects :

* **Le prospect froid** : Vous ne savez pas grand-chose sur ce prospect. Il correspond à votre cible, mais n’a jamais pour autant montré son appétence pour vos produits ou votre marque.
* **Le prospect chaud** : Il exprime son intérêt pour l’entreprise ou pour des solutions que vous proposez. Vous avez assez d’informations sur ce prospect pour savoir qu’il est prêt à acheter ce que vous proposez, si vous arrivez à vous démarquer de votre concurrence et à **capter** son attention.

**Prospection indirecte :**

La prospection indirecte est beaucoup plus « douce ». Elle demande un peu plus de patience. L’idée est de laisser le **nouveau prospect** s’approcher grâce à différentes **méthodes de ventes,**stratégies marketing et **techniques de prospection** :

* La collecte de données grâce à l’évènementiel, les salons virtuels, les cookies sur le blog.
* L’**emailing** informatif, où vous allez donner de la plus-value à vos **futurs clients potentiels** grâce à des articles de qualités.
* L’amélioration de la notoriété et de l’image de marque (partenariat, visibilité sur les réseaux sociaux).
* La participation à des évènements physiques ou virtuels en lien avec l’activité (foires, salons, événements sportifs...)

**Doc. 2 Inbound marketing et outbound marketing**

*Source :* [*https://www.appvizer.fr/*](https://www.appvizer.fr/) *Par Samantha Mur•Le 19/06/2020*

**Inbound marketing ou marketing entrant**

L**’inbound marketing** consiste à attirer les clients à l’offre de services ou de produits de l’entreprise en leur offrant du contenu commercial attractif et de qualité : blog, réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram et **LinkedIn** pour les ventes B2B), articles, référencement, newsletters, livres blancs, études de cas, podcasts et vidéos, webinars, etc.

L’inbound marketing est perçu comme moins envahissant que l’outbound marketing et tend toujours à correspondre au plus près des attentes utilisateurs.

**Outbound marketing ou marketing sortant**

L’**outbound marketing**, est une stratégie marketing qui consiste à **diffuser**le**message auprès du consommateur.** Souvent associée à du marketing de masse, cette stratégie s’appuie sur différents leviers permettant une **diffusion à grande échelle** de messages promotionnels afin d’**interpeller** les consommateurs.

* cela se traduit par exemple par l’affichage de publicités dans des lieux fréquentés par les potentiels clients.
* Dans le numérique, se sera par exemple l’affichage de **bannières publicitaires** sur des sites fréquentés par l’audience cible.

L’outbound marketing s’appuie sur un ensemble d’actions et de leviers marketing, qui vont exploiter différents **canaux de diffusion** : la publicité (média ou hors-média), les communiqués de presse, la distribution de flyers, ou les campagnes d’emailing et de SMS sont des techniques de **marketing sortant,** qui s’utilisent dans le monde physique ou sur le web.

**La principale différence provient de l’approche :**

* **L’outbound est une porte ouverte vers l’extérieur, l’entreprise sort pour aller chercher les consommateurs.**
* **L’inbound est une porte ouverte vers l’intérieur : le consommateur est subtilement incité à entrer, et choisira de son plein gré de faire cette démarche.**

**Réponses**

Après avoir lu le document, répondez aux questions suivantes :

1. Que signifie B2B et B2C ?
2. Quelles sont les caractéristiques de la prospection directe ?
3. Quelles sont les caractéristiques de la prospection indirecte ?
4. En quoi consiste L’inbound marketing et à quel type de prospection peut-il être rattaché ?
5. En quoi consiste L’Onbound marketing et à quel type de prospection peut-il être rattaché ?
6. Quelle est la principale différence entre l’inbound marketing et l’outbound marketing ?