

CARTE-RÉPONSE

Je souhaite en savoir plus sur l'évolution du paysage informatique suisse. Veuillez prendre contact avec moi.

Entreprise

Nom

Téléphone

E-mail

Événement d'anniversaire – Les 25 ans de Profondia

1^{er} septembre 2016: un toit-terrasse idyllique, sous un soleil radieux et des températures estivales, avec une brise agréable... Que demander plus pour fêter un anniversaire! C'était le cadre idéal pour célébrer les 25 ans de Profondia, sur le toit du Noerd, le bâtiment des créateurs, à Zurich Oerlikon, avec près de 200 clients, partenaires et fournisseurs, sans oublier tous nos collaborateurs.

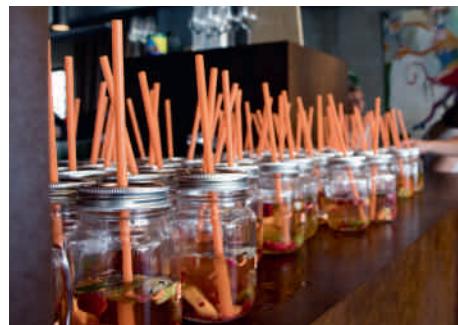
Un quart de siècle, c'est déjà presque la moitié d'une éternité, dans le monde éphémère de l'informatique, et surtout dans la branche suisse aux dimensions restreintes. Le monde est très petit dans cet environnement où un prestataire de niche comme Profondia ne peut exister que s'il répond sur le long terme aux exigences qualitatives élevées du marché.

Nous avons été particulièrement touchés par la présence de nombreux clients, dont certains de très longue date. Cela représente beaucoup pour nous et nous rend fiers des années écoulées à vos côtés.

Mais nous tenons également à remercier tout particulièrement l'équipe infatigable de Profondia, sans l'implication de laquelle cette soirée n'aurait pas été possible. Nous gardons un beau souvenir de l'accompagnement musical tout en finesse du groupe a capella A-Live, du doux parfum de la paella et des grillades, des salades croquantes et des frites maison sorties de l'automate d'Ulrich Maurer. Les convives, l'ambiance, l'animation et les victuailles ont fait de cette fête un moment merveilleux!

En ce dernier soir d'été, il était très tard quand les derniers fêtards sont repartis, accompagnés du chant des grillons.

Alors encore un grand merci à tous nos fidèles clients et clientes, fournisseurs, collaborateurs et ami(e)s!



Profondia AG | Information. Knowledge. Results.

Schönenwerdstrasse 7 | CH-8902 Urdorf | Tel. +41 (0)44 701 81 11 | marketing@profondia.com | www.profondia.com

Éditorial

Pour la plupart des entreprises, l'acquisition de nouveaux clients ne va pas de soi. Une situation notamment liée à la rareté des résultats positifs face aux (bien trop) nombreuses réactions négatives. Le plus souvent, on fuit donc cette corvée plutôt que de la prendre à bras le corps. Et pour cause: la vente est avant tout mesurée d'après son succès; le refus quant à lui est démotivant. Essayer un refus ou un rejet est aussi frustrant que difficile à surmonter.

Cela dit, il faut souligner que les entreprises qui y parviennent se constituent un atout de taille: leurs équipes de management accordent suffisamment d'attention à l'acquisition de nouveaux clients (opération essentielle à la pérennité de l'entreprise), elles planifient correctement les activités adéquates et laissent à leurs collaborateurs suffisamment de marge de

manœuvre pour leur permettre de se consacrer totalement à cette tâche. Reconnaître à leur juste valeur les résultats obtenus et proposer un accompagnement proactif par le biais de trainings réguliers permet d'éliminer les obstacles intérieurs.

Dans cette édition du «Screen», nous vous donnons quelques idées pour que, dans votre entreprise, cette tâche nécessaire qu'est l'acquisition de nouveaux clients se transforme en une opportunité à saisir.



Martin Maurer

LES THÈMES DE L'ÉDITION

La Userbase comme moteur

Événement d'anniversaire – Les 25 ans de Profondia



La Userbase comme moteur

Combien d’entreprises peuvent se payer le luxe de ne pas tenter d’attirer de nouveaux clients? Pas beaucoup. En effet, la prospection à froid est un obstacle difficile à franchir, car créer de nouvelles relations client à partir de rien n’est pas donné à tout le monde. Avec l’accès à la base de données Userbase, vous disposez de l’outil essentiel pour investir votre énergie là où les chances de réussite et les avantages pour votre entreprise sont les plus importants, plutôt que dans des activités fastidieuses de prospection.

Soyez pertinents

«Nous recherchons de toute urgence de nouveaux contrats et nous faisons strictement la même chose que nos concurrents!» Ce n’est pas forcément le meilleur moyen d’entamer un entretien de vente. Mais cette approche reflète un état d’esprit très répandu parmi les vendeurs quand il s’agit d’aller à la pêche aux contrats, vite fait bien fait.

Et c’est bien dommage puisque rares sont les secteurs à être aussi dynamiques que celui de l’ICT. Telle une corne d’abondance, le domaine

des technologies de l’information et de la communication recèle une mine de champs d’activités et incite la clientèle à constamment vouloir remettre en question ce qui est en place. D’innombrables opportunités de consolider la relation client s’en trouvent délaissées.

En identifiant précisément les besoins de telle ou telle entreprise, vous serez en possession d’un avantage de taille pour acquérir de nouveaux clients.

Les tendances, besoins et évolutions spécifiques sont rapidement identifiés et représentés dans Userbase grâce à nos enquêtes régulières auprès des décideurs informatiques des petites et grandes entreprises. Notre nouveau module Userbase Analytics vous permet de suivre précisément les évolutions des technologies et des fournisseurs dans les entreprises.

Ciblez vos prospects

Le groupe-cible est à définir dès que les besoins sur le marché se font sentir. Qui est intéressé par quelle thématique? Une fois cette question répondue, la porte d’un nouveau client potentiel est entrouverte, le premier obstacle est franchi.



La Userbase et ses quelque 700 critères de sélection permettent non seulement de cerner les groupes cibles qui ont déjà des besoins concrets, mais également d’identifier les entreprises qui, au vu de la situation actuelle, devraient réagir dans les plus brefs délais sans en avoir encore pris conscience.

Soyez fun

Qui ne connaît pas ce genre de situation? Dans la vie professionnelle, même le vendeur le plus performant doit accepter de temps en temps d’entendre un «non, merci». Et comme tout le monde, il aura tendance à profiter de l’excuse du volume de travail pour remettre au lende-

main, ou mieux encore, au surlendemain, la dure mission de prospection. Il est clair que tout cela n’est guère propice à un rythme de travail sain générant un fort taux de réussite.

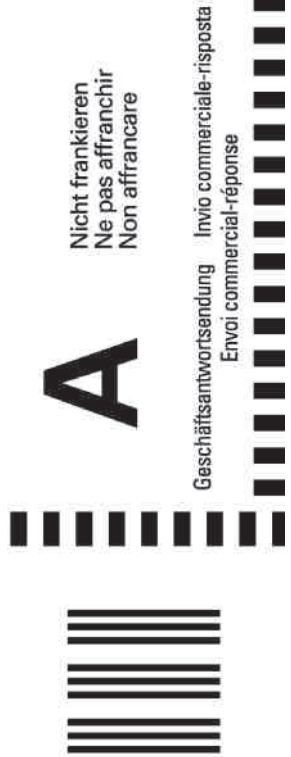
Mais qu’en serait-il si les prises de contact avec les clients potentiels se faisaient dans le cadre d’un événement organisé? Par exemple, à l’occasion de journées dédiées à une thématique ou d’une campagne ciblée dont le début et la fin seraient fixés. Ménagez à votre équipe de vente un champ d’action où chacun pourra motiver son prochain. Valorisez les efforts et annoncez également qu’un prix sera remis à la personne qui affichera la meilleure performance.

Une action de vente spéciale, lancée en parallèle de leurs tâches quotidiennes, motivera vos collaborateurs et constituera à leurs yeux l’occasion d’échanger des conseils et d’apprendre des expériences de chacun. Une manière idéale d’améliorer les compétences commerciales, afin de stimuler ainsi toute l’équipe pour se rapprocher de l’objectif. Clôturez l’événement par un apéritif ou un repas pour toute l’équipe, afin de trinquer tous ensemble aux résultats obtenus. Voilà, vous aurez surmonté ainsi un nouvel obstacle et donné un nouvel élan à votre straté-

gie d’acquisition de clients. Après cette action, les acquis seront intégrés à toutes les autres activités de prospection, presque naturellement.

Nous vous aidons volontiers à préparer ce genre d’événement ou de campagne. Saisissez cette opportunité de placer vos produits à la vue d’entreprises potentiellement intéressées. Votre équipe de vente a toutes les chances d’atteindre cet objectif si vous engagez les moyens

opportuns. Et si vous souhaitez contacter plusieurs centaines d’entreprises, nous vous épaulons activement pour générer des leads prometteurs.



Profondia AG
Schönenwerdstrasse 7
CH-8902 Urdorf