



Vos bénéfices immédiats

Pour votre secteur d'activité, vos produits et/ou services, vous connaîtrez :

- Les différents types de demandes exprimées sur votre secteur d'activité et vos grandes familles de produits
- La part de chaque type de demande par rapport au marché global
- Une projection statistique du nombre de contacts commerciaux potentiels pour chaque type de demande
- La répartition des prospects selon leur degré d'avancement vers la décision d'achat : **prospects long terme, moyen et court terme** (prêts à acheter)
- La répartition géographique par régions et départements de la demande pour vos familles de produits

Toutes les informations statistiques sont extraites des bases de données officielles des principaux moteurs de recherche de l'Internet français (Google, Yahoo !, Voila/Orange, AOL, Lycos)

Pourquoi réaliser un audit commercial Internet ?

> **manque de résultats** : votre site Web ne génère pas de prospects ou bien ramène des contacts sans intérêt commercial

Pour obtenir enfin un retour sur investissement et propulser vos résultats, la connaissance réelle et précise des attentes exprimées par vos prospects vous permettra de mettre en œuvre les actions d'amélioration nécessaires.

> **volonté de développement commercial** : vous souhaitez trouver un nouveau relais commercial pour développer vos ventes

Internet est désormais l'outil majeur d'aide à la décision dans l'entreprise. Son usage généralisé en fait un support privilégié de promotion pour votre offre.

Vos prospects recherchent une solution > ils sont prêts à acheter > vous obtenez des taux de transformation très supérieurs aux techniques commerciales traditionnelles

> **volonté de sécuriser ses investissements** : vous souhaitez déployer un budget et mettre en œuvre un nouvel outil pour développer vos ventes. **Mais avez-vous la certitude qu'il s'agit de la bonne décision ? Etes-vous sûr d'obtenir des résultats ?**

Pour ne pas commettre d'erreur et sécuriser votre investissements, un audit commercial vous permettra d'identifier l'axe de développement le plus pertinent par rapport à vos objectifs

> **volonté d'anticiper les évolutions de votre marché** : vous souhaitez prendre une longueur d'avance sur vos concurrents et identifier un segment de marché en croissance

Seul le client connaît la réponse à ses besoins. En analysant précisément ses recherches d'informations, vous identifiez des marchés émergents et une future source de profit.



Comment exploiter l'audit commercial Internet ?

La répartition de la demande sur votre marché : optimiser ses investissements promotionnels

Exemple : un distributeur de logiciels de gestion d'entreprise connaîtra la part exacte de la demande sur les fonctions logistique, CRM, RH, production, GEIDE, comptabilité & finance, maintenance, ou encore gestion du temps.

> Il ventilera en conséquence ses investissements promotionnels pour **optimiser son effort commercial**.

> Il pourra aussi découvrir le cas échéant des demandes émergentes sur de nouvelles fonctionnalités et **identifier ainsi de nouvelles sources de développement**.

Tous les types de besoins exprimés par vos prospects : générer des contacts commerciaux

Exemple : le distributeur de logiciels de gestion connaîtra les formulations et la nature exacte des besoins de ses prospects lorsqu'ils cherchent un prestataire : consultants, intégrateurs, distributeurs ou revendeurs sollicités pour du conseil, de la formation, de la vente directe ou de la maintenance

> Il adaptera ses messages au langage de ses prospects et **augmentera ainsi son impact commercial**

> Il proposera au bon moment le service en question et **générera des contacts commerciaux qualifiés**

Le processus de recherche d'informations qui conduit à la décision d'achat : identifier vos prospects long terme, moyen terme et court terme

Exemple : le distributeur de logiciels de gestion connaîtra les volumes chiffrés des recherches sur les fondamentaux des logiciels de gestion, des produits (gammes & versions), des spécifications techniques sur ces produits, des fonctionnalités qui répondent à des objectifs, des recherches de prestations ou de prestataires. Pour ces derniers, il est possible d'affiner jusqu'à des critères géographiques ou sectoriels.

> Il connaîtra le nombre de prospects prêts à acheter ses solutions et **sécurisera ses objectifs**

> Il adaptera l'information proposée aux prospects en fonction du stade d'avancement dans leur réflexion d'achat pour **augmenter ses taux de transformation clients**.

A qui s'adresse l'audit commercial Internet ?

A toute entreprise BtoB qui commercialise en direct ses produits et ses services

La majorité des professionnels est donc concernée par l'audit commercial : vos clients et prospects en recherche d'une solution à un problème ou d'un besoin à satisfaire vont sur Internet pour trouver de l'information.

Vous identifiez leurs attentes > vous améliorez l'efficacité de vos propositions commerciales > **vous transformez vos prospects en clients**.



Pourquoi travailler avec iProspects ?

Des spécialistes de la conquête clients BtoB au service de votre développement

iProspects, c'est une équipe de spécialistes avec 15 ans d'expérience dans les stratégies marketing et commerciale des entreprises BtoB.

C'est aussi la première agence conseil entièrement dédiée à la conquête clients BtoB sur Internet :

- Stratégie & accompagnement de votre développement commercial
- Audit commercial Internet de votre marché
- Forfaits campagnes clés en main liens sponsorisés & emailing
- Optimisation de la performance commerciale de votre site Web
- Rédaction de contenus qui stimulent la relation commerciale
- Formation inter et intra-entreprises

Quelques références clients iProspects

| Visibilité commerciale & conquête Clients | Formation stratégies & techniques Webmarketing |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Vecteur Plus | TPS/Canal+ |
| Servomap | Cetelem |
| Point Virgule | BNP Paribas |
| TKM Consulting | Société Générale |
| Hyperformance | Nexx/MAAF |
| Adoc Solutions | Areva |
| Agence MD | Omega Pharma |
| Wanadoo/Orange | Mondadori/Emap |
| AxileTribute | Groupe Taitbout |
| | Agrica |

Des conférences

- [Atlantpole](#) juillet 2004 "*stratégies de communication online*"
- [Search Engine Strategies Paris 2005](#) novembre 2005 atelier "*Etudes de cas marketing en France et en Europe*"
- [Petit-déjeuners X-Mines Consult](#) février 2006 "*Meilleures pratiques de développement des opportunités commerciales sur Internet*"
- [Les Rencontres de la Performance](#) - septembre 2006 - Réseau Pléiade
- [DevCom Nantes](#) décembre 2006 atelier *eBusiness*
- [Convention eMarketing](#) Paris février 2007 atelier *Stratégies d'acquisition clients*

Des articles de presse

- [Institut Kervégan](#) juin 2004 Cahier n° 5 "*les TIC au service de la veille commerciale*"
- [Veille Magazine](#) mars 2005 "*Mieux prospecter pour mieux vendre*"
- [Marketing Direct Magazine](#) avril 2005 *Dossier conquête*
- [La Tribune](#) 30/06/2005 "*50% des nouveaux clients proviennent d'Internet*"
- [Le Journal du Net](#) 6/07/2005 "*Vecteur Plus prospecte en ligne avec du Search marketing*"
- [L'Entreprise](#) octobre 2005 Dossier Internet "*Votre entreprise peut-elle encore se passer d'un blog ?*"
- [Le Journal des Entreprises](#) octobre 2005 Dossier "*Gagner des clients avec l'Email*"
- [Le journal des Entreprises](#) mars 2006 rubrique créateur du mois "*Cyril Gouyette capte les prospects sur la Toile*"

iProspects – Conquête Clients BtoB

www.iprospects.fr 0 820 20 06 03 - 37 bis, Quai de Versailles 44000 Nantes
RCS Nantes **488 549 882** – N° TVA intracommunautaire **FR2848854988200014**