

Entreneprenez

comme



Catherine Barba,
Présidente Fondatrice
de Malinea / Cashstore
25 salariés

VOUS voulez !

Vous avez choisi de devenir votre propre patron. Vous êtes ou allez devenir auto-entrepreneur, indépendant, créateur ou repreneur, franchisé, artisan, commerçant ou en portage salarial. Venez trouver et comparer au Salon des micro-entreprises toutes les solutions pour créer, gérer, développer avec succès votre activité.

Votre pass gratuit :

www.salonmicroentreprises.com

L'événement national des auto-entrepreneurs, des indépendants et des petites entreprises.

Du 6 au 8 octobre 2009

Palais des Congrès - Paris - Porte Maillot



LE SALON DES
MICRO
ENTREPRISES

Consultants, formateurs :

Développez votre stratégie de vente !

**Développer son activité de Conseil,
c'est aussi conquérir des clients !**

par Antoine CATTÀ,

Président LINKS CONSEIL



1 – Quel est le terrain d'action ?

Premières pistes...

- Quel domaine de compétence ?
- Qui sont les clients d'un tel domaine ?
- Quels concurrents ?
- Comment agissent-ils ?
- Quels moyens sont nécessaires ?

2– Quelle motivation pour se lancer ?

Questions préalables :

- Quelles valeurs vont sous-tendre & véhiculer mon action ?
- Quel prix ?
- Combien puis-je obtenir ?
- Quelle valeur ajoutée apporterai-je à mes clients ?



A– Quelle activité, quel projet ?

Qu'est-ce que je propose ?

- Mon expertise ?
- Mon expérience ?
- Mon savoir-faire ?

Une réponse à un besoin.

Un travail commun.



B– Quel est le marché ?

- La demande de conseil : en croissance continue
 - Progression du secteur public : *de 15 à 50 %*
- L'expansion de la formation :
 - du Plan au DIF : *de 1 à 2,4 %*

C– Quels sont les concurrents ?

Consultants en cabinets, freelances, etc :

> L'offre de conseil est:

- Atomisée : 88 % ont moins d'1 salarié
- Hétérogène : extrême diversité

La connaître et suivre son évolution.

D- Qui est l'acheteur ?

- Pour qui peut-il acheter ? lui ?
- Quel est son problème, son besoin ?
- Comment l'exprime-t-il ?
- Etre vrai vendeur, et « Entrer dans l'action » :

Reformuler, c'est participer à l'identification du besoin en vue d'une proposition



E- Qui est l'acheteur ?

- Qui suis-je pour mon acheteur ?
- Quelle perception peut-il avoir de moi ?
- Quelle relation peut-il établir avec moi ?
- Quelle coopération construirons-nous ?

F- Quelle approche ?

- Approche directe
 - Prospection du client final
 - Recommandation prescripteur
- Sous-traitance
 - Recherche de donneurs d'ordre
 - Animations de formations
- Intervention mode réseau
 - Réponse équipe projet, appel d'offre

G- Quelle valeur ?

- Quelle valeur ajouterai-je ?
 - au projet de mon client.
- Quelle part de risque prendrai-je à cette recherche de valeur ?
 - Journalier – Forfaitaire - Résultat
- Quel prix du marché , quel contexte ?
 - Durée, enjeu de la mission
 - Degré d'expertise, Localisation



H- Se faire connaître ?

- Une identité visuelle « pro »

Logo – Charte graphique

- Des supports adaptés

Carte de visite

Page web

Fiche technique

- Faire valoir son expertise

Presse, conférence, blogs



I- Le travail du réseau

- Rompre l'isolement, échanger et capitaliser les expériences
- Développer des synergies
- Démultiplier son action commerciale
 - *Prescripteurs*



J- S'organiser :

- Choisir un positionnement professionnel clair
 - Adopter un statut et ses points d'appuis
 - Afficher la couleur !
 - Connaître le mode d'emploi !



- De l'indépendance à l'autonomie,
- Entreprise individuelle, auto-entrepreneur, société commerciale,...
- Portage salarial, temps partagé, ...



- Décider d'agir seul ou avec d'autres :
 - Partenariats et sous-traitances
 - Posture de dirigeant employeur acceptée ou refusée
 - Constitution de société commerciale

- Définir son temps :
 - Activité unique
 - Activité complémentaire
 - Temps partiel ou investissement total

Rassembler consultants, experts, formateurs,

- pour constituer une offre de conseil et de formation.
- pour, ensemble et chacun, être reconnus et concurrentiels !

Affirmer nos spécificités :

- Le choix de l'autonomie signe les modalités d'intervention.
- L'appui des intervenants par des équipes et services structurants

Partager nos objectifs :

- Satisfaction des attentes et besoins des clients
- Epanouissement professionnel et personnel des consultants

- **950 consultants autonomes aux profils variés:**

Des anciens et/ou futurs créateurs d'entreprises

Une population senior (cumul emploi retraite)

Des expatriés,

Des salariés à la recherche d'autonomie

- **25 spécialistes des « fonctions support »:**

Développement commercial, coaching,

accompagnement, ingénierie salariale

Administration des ventes, gestion des risques

Gestion sociale, administrative et financière.

... ensemble au service de 10 000 clients.



1-3, rue du Départ
75014 Paris
Tel : 01 56 54 82 00
www.links-conseil.com

PARIS - LILLE- LYON - MULHOUSE - NANTES
- RENNES - STRASBOURG - TOULOUSE -