



Plan de match individuel en développement des affaires

© B2B Talents Inc. 2013 - toute reproduction interdite.

Votre nom:

Mise à jour au:

Instructions pour compléter votre plan de match:

Nous observons que les professionnels en pratique privée génèrent de nouvelles affaires selon l'une ou l'autre des neuf sources décrites ci-bas. Généralement, deux ou trois sources sont privilégiées en fonction de leurs habiletés propres.

- . Classez tous vos contacts d'affaires dans l'une ou l'autre des neuf sources de nouvelles affaires (clients stratégiques, réseaux d'affaires, etc.).
- . Dans chacune des catégories, inscrivez les noms des entreprises ou organisations, les personnes contacts et les activités que vous comptez réaliser.
- . Dans la colonne des mois, inscrivez la date à laquelle chacune de vos activités sera réalisée.
- . Ajoutez le nombre de lignes nécessaires pour vous assurer d'inclure tous vos contacts d'affaires dans chacune des catégories.

Cette approche de plan de match vous permettra de déterminer les activités de développement des affaires qui sont planifiées à l'avance et ce, sur une base mensuelle.

Nous vous encourageons à revoir votre plan de match au moins une fois par mois: résultats, ajouts de contacts, etc.

Bon travail!

1- CLIENTS STRATÉGIQUES

- Client : clients les plus importants
- . Générer d'importants revenus ou bénéfices
- . Représenter un potentiel significatif de nouvelles affaires
- . Sont présents dans leur marché (actuel)
- . Sont sources de références potentielles

- Stratégies:
- . Structurer les ventes croisées
 - . Livrer l'excellence professionnelle
 - . Maintenir des relations régulières (au contact au moins tous)
 - . Restez "top of mind"
 - . Surveiller les concurrents

Entreprises, organismes, etc.	Contacts	Activités	Mois / année:											
			J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

2- RÉSEAUX D'AFFAIRES

- . Organiser des événements (forums de commerce, ateliers, etc.)
- . Associer clients et regroupements de marché ou d'industries

- Stratégies:
- . Participer activement et régulièrement
 - . Recevoir et répondre au contacts
 - . Développer de nouveaux contacts

Entreprises, organismes, etc.	Contacts	Activités	Mois / année:											
			J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

3- REPUTATION PROFESSIONNELLE

- . Tribunes de visibilité d'expertise (conférences, formations, tables rondes, etc.)
- . Médias (presse écrite et digitale)
- . Reconnaissance professionnelle (prix, distinctions, prix et distinctions, etc.)

- Stratégies:
- . Être reconnu comme un expert de façon régulière et constante et via divers des véhicules médias

Entreprises, organismes, etc.	Contacts	Activités	Mois / année:											
			J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

4- [REDACTED]

- . Regre [REDACTED]
- . Cont: [REDACTED]

- Stratégies:
- . Créé [REDACTED]
 - (par [REDACTED])
 - . Référé [REDACTED]
 - . Dem [REDACTED]

Entreprises, organismes, etc. Contacts Activités Mois / année: J F M A M J J A S O N D

5- [REDACTED]

- . Prosp [REDACTED]
- de no [REDACTED]

- Stratégies:
- . Lais [REDACTED]
 - . Rela [REDACTED]
 - . Être [REDACTED]

Entreprises, organismes, etc. Contacts Activités Mois / année: J F M A M J J A S O N D

6- [REDACTED]

- . Prosp [REDACTED]
- de no [REDACTED]

- Stratégies:
- . Rel: [REDACTED]
 - . Être [REDACTED]

Entreprises, organismes, etc. Contacts Activités Mois / année: J F M A M J J A S O N D

7- MÉDIAS PUBLICS

. Professions et secteurs d'importance élevée de contacts potentiels
des relations, mandats, projets, etc.

Stratégies:

- . Créer un calendrier régulier de faits d'affaires basés sur la confiance et la crédibilité.
- . Très bas sur les faits concrets ou compétences et expertises.

Entreprises, organismes, etc.	Contacts	Activités	Mois / année:											
			J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

8- MÉDIAS PUBLICS

. Médias et opportunités d'affichage (journal et électronique, commandes, crédits,
colloques, newsletters, publicités, médias sociaux, etc.)

Stratégies:

- . Diffuser une image hautement professionnelle.
- . Faire preuve de régularité.

Entreprises, organismes, etc.	Contacts	Activités	Mois / année:											
			J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

9- CLIENTS DE SERVICE

. Clients directs et potentiels avec peu de potentiel significatif de nouvelles affaires

Stratégies:

- . Restez en contact de façon passive sur les vieux contacts par email.

Entreprises, organismes, etc.	Contacts	Activités	Mois / année:											
			J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D