

# Découverte de Marché

L'action découverte de marché implique la mise en œuvre de nombreuses démarches progressives car l'objectif est tout d'abord d'identifier l'exhaustivité des intervenants sur ce marché, pour ensuite identifier les bons interlocuteurs et étudier avec eux quels sont les besoins qui pourraient être comblés par notre client.

Le travail, n'est pas le même en fonction de la cible, une entreprise mono établissement étant plus simple à traiter qu'un groupe.

---

## Première étape : constitution de la base de données source, exhaustive et enrichie

Identification des bases sources (partenaires, sites officiels, annuaires), la base batimédia, les bases clients.

Déduplication complète et enrichissement d'un lien sur le fichier client pour assurer la remontée d'information et l'intégration des nouvelles données dans le CRM client.

Démarche Big Data, et consultation des sites des entreprises sources pour compléter l'information de base.

Segmentation et hiérarchisation des données pour ensuite définir des stratégies de traitement adaptées à chaque segment.

---

## Deuxième étape : identification des interlocuteurs et leurs attributions,

Identification des décideurs dans le domaine qui nous intéresse et questionnaire de Pré-qualification permettant de filtrer et d'éliminer certaines entreprises hors-cible,

Présentation rapide de la démarche auprès de l'assistante dans le but d'une part de collecter plusieurs noms et emails à plusieurs niveaux dans l'entreprise mais également de vérifier le fonctionnement de leur organisation, utile dans le cas de réseaux (hôpitaux par exemple) et de centres de décisions / centres d'actions.

---

## Troisième étape : Identification des besoins auprès des décideurs et des responsables terrain

Phase d'entretien par téléphone avec le bon interlocuteur afin d'approfondir la connaissance des organisations

A partir de la collecte des noms des interlocuteurs et de leurs attributions, nous allons mettre en route les actions concernant l'approfondissement.

Certainement, en fonction du contexte le script sera différent, nous utiliserons nos systèmes de script dynamique permettant de présenter les questions adaptées en fonction de l'interlocuteur concerné.

Ce travail se fera au fil de l'eau, au fur et à mesure du traitement d'une entreprise.

Nous conseillons en effet de travailler entreprise par entreprise pour être à même de mettre en place une stratégie adaptée au contexte.

L'argumentaire est construit suivant la technique de l'entonnoir qui permet d'évoluer progressivement vers l'accord du contact en posant des questions, en comprenant le besoin du contact et en lui présentant les arguments personnalisés qui vont l'intéresser car répondant à sa recherche.

Une fois le contact réalisé, il sera livré régulièrement au client suivant le format demandé, sous la forme d'un dossier pour chaque entreprise incluant l'ensemble des contacts et des informations collectées.

Les dossiers peuvent être livrés sous la forme d'un dossier PDF avec les différents éléments le constituant et du fichier informatique associé au bon format pour être intégré dans le CRM de l'entreprise.

Des emails, ou des courriers peuvent être envoyés aux interlocuteurs à chaque étape de la mission.