



Place des réseaux

Le site des petites entreprises qui travaillent ensemble.

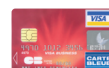
10 conseils pour dynamiser votre réseau.



En partenariat avec :



VISA BUSINESS





10 conseils

pour dynamiser votre réseau

Vous avez déjà un réseau et vous comprenez tout l'intérêt qu'il représente pour le développement de votre business. C'est pourquoi vous souhaitez le dynamiser. Ce guide pratique vous présente des conseils concrets pour l'optimiser, le rendre encore plus efficace, plus riche et plus réactif. Mettez-les en œuvre et vous pourrez compter sur l'aide active des membres de votre réseau.

Donner pour recevoir.

Avant de démarrer, gardez à l'esprit ce précepte simple. Pour réussir le développement de votre réseau, rien n'est plus payant que la générosité.

La notion de réseau inclut celle d'échanges.

Et ce n'est pas là le moindre bénéfice de cette démarche. Le partage de connaissance, le fait de se mettre dans la position de pouvoir aider les autres, vous le savez, sont déjà des sources de satisfaction.

Optimisez votre réseau existant

- 1 | Faites le bilan de votre réseau
- 2 | Entretenez des rapports réguliers
- 3 | Utilisez les outils électroniques
- 4 | Comment construire et entretenir un réseau relationnel de qualité ?

Enrichissez votre réseau

- 5 | Utilisez les salons
- 6 | Participez à des réunions et conférences
- 7 | Forums et listes de discussions sur Internet
- 8 | Utilisez les connecteurs
- 9 | Rejoignez des réseaux existants
- 10 | Introverti et "à l'aise" dans son réseau

Conclusions



Optimisez votre réseau existant

1. Faites le bilan de votre réseau

Si vous vous plongez dans ce guide pratique, vous avez certainement déjà un réseau qui sommeille ou qui est déjà en très bonne forme. Quels que soient la taille et le degré d'activité de votre réseau, une petite révision s'impose...

Etape 1 : recensez systématiquement toutes vos relations.

Pour prendre pleinement conscience de la taille de votre réseau, rien de tel que d'en recenser systématiquement tous les membres. Cet exercice peut vous paraître fastidieux, cependant, il vous permet de retrouver des contacts peut-être oubliés ou négligés et rend évident le plan d'action que vous devez mettre en place.

ATTENTION !

Listez toutes les personnes que vous connaissez sans limitation géographique.

Dans la sphère professionnelle :

Identifiez les contacts liés à votre activité professionnelle actuelle mais aussi aux activités que vous avez exercées dans le passé et aux éventuelles nouvelles activités vers lesquelles vous voulez vous orienter. Ce dernier point prend évidemment toute son importance si vous êtes en train de modifier l'orientation de votre activité ou votre domaine de compétence.

- vos collègues
- vos fournisseurs
- vos clients et prospects
- les membres d'organisations professionnelles auxquelles vous appartenez

mais aussi, vos concurrents, des contacts rencontrés lors d'événements professionnels (salons professionnels, conférences, formations...)

Dans la sphère éducative :

- vos camarades de classe
- vos enseignants, professeurs, maîtres de stage
- les anciens de votre école

Dans la sphère privée :

- les membres de votre famille
- les amis, connaissances, voisins
- les membres d'organisations et d'associations auxquelles vous appartenez (en dehors des organisations professionnelles)

Sur Internet :

- forums, chats, listes de discussion dans lesquels vous êtes plus ou moins actifs.

Etape 2 : Segmentez votre réseau

Au cours de l'exercice de recensement systématique, vous allez probablement lister des dizaines voire quelques centaines de noms. Vous allez naturellement voir émerger différents groupes :

- Les contacts que vous rencontrez fréquemment pour des raisons professionnelles ou personnelles. Avec ceux-ci, garder des liens est facile et se fait naturellement.
- Les contacts avec lesquels vous aviez un certain degré de familiarité, mais que vous êtes en train de perdre notamment parce que vous avez peu d'occasions de contacts. Nous verrons comment créer ces occasions de contact sans nécessairement y consacrer trop de temps.
- Les contacts que vous connaissez peu ou de manière très formelle et qui présentent un intérêt pour votre activité. Là aussi nous verrons comment créer des liens.
- Les contacts que vous considérez "peu utiles" et avec lesquels vous n'avez pas nécessairement d'atomes crochus. Pour ceux-là, dosez votre effort...

Deuxième constat. En listant vos contacts, vous allez sûrement regretter de ne pas avoir plus de contacts dans tel ou tel domaine. La deuxième partie de ce dossier est entièrement consacrée au développement de votre réseau.

Bichonnez vos « connecteurs ».

Enfin, dans cette liste, identifiez les "connecteurs". Par définition, ce sont vos relations qui dans le passé, vous ont mis en contact avec d'autres ou ont la réputation de jouer ce rôle dans votre entourage. Les "connecteurs" ont naturellement le sens du réseau. Ils relaient les informations pertinentes (un événement ou un salon particulièrement intéressant), mettent leurs contacts en relation et sont souvent capables d'identifier ou de sentir les synergies qui pourraient naître de la collaboration entre différents membres de leur réseau.



Optimisez votre réseau existant

Étape 3: Centralisez tous vos contacts dans une même base de données.

Si lors de l'étape 1, vous avez dû utiliser plusieurs sources d'informations, il est temps pour vous de créer une base de données unique regroupant tous vos contacts.

Selon vos habitudes de travail, vous pouvez gérer votre liste de contacts dans l'agenda électronique de votre PDA, dans l'agenda de votre messagerie électronique, dans un logiciel de base de données ou simplement dans un fichier excel. Il est simplement plus pratique d'enregistrer toutes vos données sur un seul support.

Si vous utilisez vos adresses sur plusieurs supports assurez-vous qu'ils soient synchronisés. Vous disposerez de données à jour en permanence.

2. Entretenez des rapports réguliers avec votre réseau

→ A qui profite l'info ?

Partagez des informations spécifiques et personnalisées par courrier ou par e-mail

Lorsque vous vous informez, vous lisez, pensez aux membres de votre réseau. Découpez les articles de presse, copiez/collez les informations utiles, enregistrez les liens intéressants, les dates d'événements qui peuvent les intéresser. Vos relations apprécient ces contacts "de rappel". Ces échanges vous permettent également de "donner" à votre réseau. Premier bénéfice pour vous, de lecteur passif vous deviendrez lecteur actif. Vos relations avec vos contacts seront d'autant plus pertinentes.

Ce point précis montre combien il est important au fil de vos contacts, de bien comprendre le domaine d'activité de vos relations et leurs centres d'intérêt personnels ou professionnels.

→ Faites passer l'info !

Un e-mail envoyé par un membre de votre réseau, relatant un événement sans intérêt pour vous l'est peut-être pour d'autres, un article abordant le centre d'intérêt ou le secteur d'activité d'un membre, un site intéressant... Toute information doit résonner autant pour vous que pour les membres de votre réseau.

Cela vous permet de vous positionner comme "connecteur" auprès de votre réseau puisque de facto, vous diffusez des informations qui peuvent faciliter la promotion de certains membres de votre réseau auprès des autres membres.

Bien évidemment, cette diffusion doit se faire avec discernement. Halte à la pollution : trop d'info tue l'info.

→ Devenez un média

Pourquoi ne pas créer votre propre newsletter électronique bi-annuelle.

Elle vous permet de partager des nouvelles vous concernant personnellement ou concernant votre activité, mais aussi de démontrer votre expertise d'un domaine particulier en insérant par exemple un court article que vous avez écrit sur un sujet professionnel susceptible d'intéresser une partie de votre réseau. Vous pouvez également en profiter pour alerter votre réseau des prochaines échéances de la profession ou de l'industrie... La liste de diffusion de cette newsletter pourra être limitée à un sous-groupe si vous décidez de ne l'envoyer qu'à vos contacts strictement professionnels par exemple.

Utiliser une newsletter pour garder des contacts avec son réseau de clients, prospects, prescripteurs demandait, avant la généralisation de l'e-mail, un budget important. Ce n'est plus le cas maintenant et tout le monde est habitué au format des newsletters électroniques. Une règle à respecter cependant, comme dans tout média, assurez-vous que le contenu est intéressant sinon vous ne retiendrez l'attention que de vos fidèles... ceux qui connaissent déjà toute votre actualité.

Quant au format, privilégiez un format html au format texte. Il ne s'agit pas ici de créer un document compliqué et coûteux – à moins que vous ne soyez un graphiste spécialisé dans ce domaine – mais d'utiliser quelques codes html simples pour que le mail soit plus lisible qu'un mail en texte simple. Des titres en couleurs, des enrichissements de texte (gras, soulignés) et quelques hyperliens suffisent.

→ Organisez une conférence-débat

Servez-vous de vos domaines de compétences et de vos passions pour rassembler votre réseau. Invitez des pointures pour animer le débat. L'organisation autant que l'événement vous ouvriront de nouveaux champs relationnels à exploiter. Par ailleurs, les membres de votre réseau vous seront reconnaissants de leur ouvrir les yeux sur un domaine ou une question particulière mais aussi de leur donner l'opportunité de développer leur propre réseau.



Optimisez votre réseau existant

→ Lancez des invitations privilégiées

Vous êtes comédien amateur dans un spectacle, vous faites du parachutisme, vous pouvez parrainer un nouveau membre dans votre club, vous êtes fan de Johnny, envoyez à vos contacts une invitation ou des billets. Ils apprécieront cette attention particulière.

3. Utilisez les outils électroniques pour organiser et garder le contact avec votre réseau

Bonne nouvelle ! Les dernières technologies nous ont concocté une foule d'outils pour gérer plus vite et plus facilement nos réseaux professionnels.

Le Web, l'e-mail, la messagerie instantanée et vocale, les assistants personnels, les téléphones portables de nouvelle génération sont autant d'alliés puissants au développement de votre réseau.

Attention !

Assurez-vous que chacun de vos outils peut se synchroniser avec les autres éléments. Il est indispensable de saisir toutes vos données sur une seule base de données. Les mises à jour seront plus simples et plus rapides.

Les agendas

Sur votre micro, votre assistant personnel, votre réseau est à portée de main. Mettez-le à jour en permanence et après chaque contact. Ce réflexe est garant de votre capital réseau. Chacune de vos fiches contacts constitue une mine d'informations à exploiter.

→ Créez des groupes

Les membres de votre réseau viennent d'horizons différents, ne partagent pas les mêmes centres d'intérêts, jouent un rôle défini dans votre organisation. Aussi, devez-vous créer des groupes homogènes dans votre agenda électronique. Vous retrouverez plus rapidement vos contacts et transmettez une information aux membres d'un même groupe en une seule opération.

→ Donnez une chance aux inactifs

Gardez vos vieux agendas « papier ». Ne supprimez pas définitivement les inactifs de vos agendas électroniques, créez une base de données cimetière. Les hasards de la vie pourraient bien les exhumer.

La messagerie électronique

→ Créez plusieurs signatures

Votre signature électronique, c'est votre carte de visite personnalisée. Cet outil vous permet de rappeler aux destinataires de vos e-mails ce que vous faites. Vous avez identifié des groupes différents dans votre agenda. Créez alors des signatures en accord avec leur activité ou leurs centres d'intérêts. Voici quelques exemples de signatures utilisées dans un contexte particulier.

Exemple 1 :

Vous allez exposer sur un salon, rajoutez une mention du type "venez nous rendre visite au Salon des micro-entreprises (stand C23) du 10 au 12 octobre 2006".

Exemple 2 :

Vous venez de finir un projet pour un nouveau client, mentionnez-le.

Signature utilisée par GenieBuilder, outil de gestion de contenu :

De nouveaux sites voient le jour...

... avec GenieBuilder !

Dernier en date : www.750g.com



Optimisez votre réseau existant

→ Facilitez la tâche de vos contacts.

Joignez votre vCard (carte de visite électronique) à vos e-mails. Un simple clic dans sa messagerie et vos coordonnées entrent dans son agenda.

→ Utilisez le CC

Adressez une copie aux membres impliqués dans un contact est la plus simple façon de les tenir informés. Mettre plusieurs personnes en CC est également un bon moyen de les mettre en réseau. En CC, chacun des contacts de votre mail identifie les autres destinataires. À l'inverse, en CCI (copie invisible), les adresses des destinataires sont invisibles. Ainsi, selon la nature de vos messages et de vos objectifs vous pouvez jongler entre le CC et le CCI. Gardez à l'esprit que quand le destinataire d'un mail répond en sélectionnant la fonction "répondre à tous", seuls les destinataires directs et en CC recevront la réponse.

→ Répondez systématiquement à vos mails

Annoncez une réponse différée si elle n'est pas disponible ou que vous êtes au feu. Accusez réception et rédigez un message court. Par cette action, vous signifiez que vous restez disponible. On peut compter sur vous.

De manière générale, ne perdez aucune occasion d'informer vos contacts sur vos actions, vos domaines de développement professionnels, vos passions. Tenez-les au courant ! Vous multipliez les chances d'interconnexions.

4. Comment construire et entretenir un réseau relationnel de qualité ?

4.1 Adoptez une attitude gagnante

→ Soyez positif !

Vous n'êtes pas demandeur. Vous avez des compétences, une passion, une personnalité. Ce capital, vous souhaitez le partager avec les membres de votre réseau relationnel. Vous ne cherchez pas une faveur, un passe

droit. Votre confiance rassurera votre contact. Il vous recommandera sans aucune inquiétude.

→ Gardez la mesure !

Ne confondez pas positivité avec agressivité. Une passion débordante peut faire peur à votre relation. Elle doit sentir votre désir de saisir une opportunité. Tact, patience, écoute sont de rigueur. Vous rappellerez vos objectifs au cours de la conversation.

→ Soyez curieux !

Posez des questions. Vos interlocuteurs adorent parler d'eux, de leurs passions, de leurs actions présentes. C'est paradoxal, plus vous donnez à l'autre l'occasion de parler plus il trouve votre compagnie digne d'intérêt. Vous serez estimé et vous glanerez le plein d'informations à exploiter sans tarder.

→ Facilitez la réponse de votre contact !

Une demande floue met votre relation dans l'embarras. Il doit tout de suite comprendre les motifs de votre contact :

- La nature de votre demande : information, recommandation, mise en contact ?
- Ce que vous pouvez lui apporter
- En quoi ses compétences peuvent vous aider ?
- Déterminer s'il est pour vous le meilleur relais

La formulation de votre message doit également employer un ton juste, adapté à la personnalité de votre contact (chaleureux, amical, professionnel, réservé...). Vos messages auront plus de chances d'être suivis d'effets positifs.

→ Tenez vos connecteurs/prescripteurs au courant

Dans votre réseau, vous avez identifié les connecteurs/prescripteurs. Avec eux, vous devez absolument respecter des règles clés :

- quand ils vous recommandent auprès de quelqu'un ou vous communiquent les coordonnées d'un membre de leur réseau, il est indispensable de les tenir au courant.
- vous faites partie de leur réseau et il se peut qu'à leur tour, ils vous demandent de leur rendre service et vous mettent en contact avec une tierce personne pour le bénéfice de cette personne. Vous vous devez



Optimisez votre réseau existant

d'être à l'écoute de cette personne et de lui réserver un bon accueil.

- Remerciez-les par de petites attentions, un déjeuner, une carte. Vous n'êtes pas les seuls à les avoir identifiés comme excellents connecteurs et eux aussi peuvent traverser de grands moments de solitude et se sentir "exploités" par leur environnement (les plus positifs diront être "trop sollicités"). Ils n'en sont que plus sensibles aux marques de remerciement.

→ Ne visez pas toujours le retour immédiat !

Toute occasion de contact peut un jour donner ses fruits. L'offre qui vous est faite ne vous intéresse pas directement. Demandez-vous tout de suite à quel membre du réseau elle serait bénéfique. Vous ferez deux heureux. Ils sauront penser à vous en temps utile.

→ Reprenez contact avec vos « anciens »

Typiquement, les "anciens" (lycée, enseignement supérieur, anciens collègues) sont en général les membres de votre réseau avec lesquels vous n'avez pas systématiquement gardé de contacts. Quelques années plus tard, les adresses e-mails ou les numéros de téléphone ont changé. Comment reprendre contact ?

Trucs et Astuces :

- le site **www.copainsdavant.com** vous aide à retrouver vos anciens. Il vous suffit d'inscrire votre parcours et pour chacun des établissements et entreprises dans lesquels vous êtes passés vous visualisez la liste des "anciens" que vous avez pu croiser. Un moyen ludique de renouer avec votre passé.

- Ne négligez pas les moteurs de recherche, vous pouvez souvent retrouver la trace de quelqu'un que vous connaissez grâce à une simple recherche sur Google. N'oubliez pas de mettre le prénom et le nom de votre contact entre guillemets pour éviter d'avoir à trier des listes trop longues.

→ Fixez l'échéance après chaque contact

Programmer vos contacts « à chaud » c'est certainement le plus simple et le plus sage réflexe à acquérir. Vous avez alors une très bonne vision des intérêts et des objectifs à atteindre à court et long terme. Notez tout de suite sur votre agenda l'échéance du prochain contact : un anniversaire à souhaiter, un événement programmé, un retour d'informations, un rendez-vous à fixer, un futur appel pour le plaisir...

→ Fixez-vous un objectif quantitatif !

Une liste de plusieurs centaines de contacts avec lesquels vous voulez garder des contacts plus ou moins fréquents peut impressionner. Il s'agit donc pour vous d'instaurer des "réflexes réseau" quotidiens ou hebdomadaires. Programmez dans votre agenda des créneaux consacrés aux relations avec votre réseau. Selon vos habitudes de travail, vous pouvez réserver une heure par jour, ou une plus longue plage par semaine.

→ N'oubliez pas le plaisir et la générosité !

Un contact ne doit pas nécessairement être motivé par une demande. Comme nous l'avons souligné dans l'introduction, un bon réseau est un lieu où doit s'exercer la générosité. Un appel, un déjeuner pour le seul plaisir de parler, d'être à l'écoute de l'autre ou de passer un bon moment, c'est sans doute le meilleur gage de succès d'un réseau. C'est bon d'avoir des amis et se rendre utile reste une source de grande satisfaction.

4.2 Les erreurs à éviter

→ Attendre pour démarrer

Attendre d'être totalement prêt, c'est se mettre hors d'une dynamique de développement de réseau. C'est l'action qui est productive d'informations et de contacts. Les petites imperfections disparaîtront en cours de route.

→ Harceler son réseau

Ne polluez pas les boîtes à lettres de vos contacts. Vous devez être présent et disponible tout simplement. Relancer exagérément celui qui veut vous aider peut vite saper son enthousiasme.

→ Demander avant d'offrir

Si vous n'avez jamais donné, conseillé, dépanné, faites preuve de disponibilité aux membres de votre réseau, pourquoi seraient-ils réceptifs à vos demandes ? Si vous êtes reconnu et apprécié votre récolte sera fructueuse.

→ Le contact express

Même si l'information recherchée est urgentissime, prenez le temps d'installer ou de réinstaller une relation avec votre contact. Si vous créez un authentique cli-



Optimisez votre réseau existant

mat d'échange, vous « ne l'importunerez jamais ». Il se pourrait bien alors que l'information recherchée s'enrichisse de détails essentiels.

→ Choisir la mauvaise connexion

Avant de demander une recommandation, assurez-vous que votre contact vous connaît suffisamment. S'il ne vous connaît pas bien il va marcher à reculons.

→ Limiter la taille de son réseau

Tout relais, tout niveau d'expérience peut se révéler un jour utile. Ne négligez pas les portiers ! ils en savent souvent plus que vous ne le soupçonnez. On ne sait jamais a priori. Aussi, constituez-vous une large palette, riche en nuances.

→ Porter un faux nez

Soyez franc ! Quand ça va bien dites-le, quand ça va moins aussi. Ne cachez pas vos intentions. Si les membres de votre réseau apprécient votre sincérité, c'est gagné ! Ils vous aideront.

→ Transmettre des informations non vérifiées

Assurez-vous auprès de vos sources de la qualité de l'information. Si c'est une rumeur, annoncez-le clairement. La crédibilité est une qualité de première force dans un réseau relationnel.



Gratuit !

Abonnez-vous à la newsletter de Place des réseaux

www.placedesreseaux.com

Place des réseaux.

Le site des petites entreprises
qui travaillent ensemble.

Cadeau de bienvenue : votre guide gratuit
« 10 conseils pour dynamiser votre réseau ».

En partenariat avec :





Enrichissez votre réseau

Quelles sont les différentes opportunités auxquelles vous avez déjà accès ou que vous pouvez provoquer ?

Pour être proactif, il faut accepter de quitter ses pénates. Acceptez les invitations de vos clubs, prenez part aux soirées débats, conférences, ateliers, groupes d'études, salons professionnels, fêtes, événements... Le contact direct vous offre tout ce que vous attendez : des informations essentielles, le plaisir de l'échange et de nouveaux membres dans votre réseau.

Côté les leaders. Ne manquez aucune occasion de vous rapprocher des personnalités marquantes dans votre sphère professionnelle. Acceptez les invitations et participez aux événements communs. Rendez-vous dans les lieux qu'ils fréquentent.

5. Utilisez les salons et conférences

Avant le salon

Pour maximiser votre temps sur un salon, vous devez impérativement vous livrer à un travail de préparation. Tous les salons ont développé des sites Internet sur lesquels vous pouvez visualiser les programmes des conférences et accéder à la liste des exposants. Choisissez tout d'abord les conférences auxquelles vous voulez assister. Elles rythmeront votre visite. En découvrant le programme, pensez aux membres de votre réseau qui pourraient être intéressés par ces mêmes conférences. Invitez-les. Les salons professionnels sont le lieu idéal pour augmenter la taille de votre réseau mais aussi pour renouer une fois par an avec des contacts que vous ne voyez pas régulièrement.

Sélectionnez les exposants que vous souhaitez rencontrer et déterminez vos objectifs. Votre rencontre sera plus fructueuse et riche si vous arrivez avec une problématique ou des questions précises. Si vous recherchez des partenaires ou des clients, préparez d'autant plus. Vous devez aborder l'exposant en ayant déjà une bonne connaissance de son activité. Là encore Internet vous sera utile, la plupart des sociétés exposant dans des salons professionnels ont un site.

Enfin, soyez clair sur vos objectifs quand vous vous rendez sur un salon :

- quelles sont les informations à recueillir ?
- combien de contacts voulez vous nouer ? Et avec qui prioritairement.

Après le salon

Classez dès votre retour cartes et documentation. Enregistrez vos nouveaux contacts dans votre base de données sans oublier bien sûr les notes que vous avez prises sur chaque contact.

Tenez vos engagements. Vous devez envoyer des informations ou mettre en relation une personne que vous avez rencontrée sur le salon, faites le tout de suite, la rapidité avec laquelle vous exécuterez votre suivi participe à la bonne impression que vous souhaitez donner.

Enfin, si vous avez recueilli pendant le salon des informations pouvant intéresser d'autres membres de votre réseau, partagez...

6. Participez à des réunions et conférences qui favorisent les contacts.

Avant l'événement

→ Préparez votre présentation flash

Vous allez rencontrer des gens que vous ne connaissez pas et qui ne vous connaissent pas. Il est donc primordial pour vous de savoir vous présenter en quelques mots... ce que nous appelons la présentation flash, la description rapide de votre activité qui va permettre à votre interlocuteur de vous situer. Cette présentation répond à deux contraintes. Elle doit être courte, moins de 30 secondes. C'est l' "elevator pitch" des Américains qui tient entre deux étages, dans un ascenseur. Elle doit également dépasser la description pure, contenir une information qui invite votre interlocuteur à vous poser plus de questions et donc à engager une véritable conversation avec vous.



Enrichissez votre réseau

Exemple : à quelle présentation flash vous est-il plus facile de réagir ?

"je suis consultant en marketing"

ou

"je suis consultant en marketing spécialisé dans le marketing aux petites entreprises de moins de 20 salariés, un marché de plus de 2 millions d'entreprises"

Certains d'entre vous ont participé à l'occasion de l'édition 2005 du Salon des micro-entreprises à des sessions de Speed Business Meetings, entièrement fondées sur le principe de la présentation flash. À chaque session, l'animateur invitait sur un mode dynamique chaque participant à rencontrer une vingtaine de clients ou partenaires potentiels en 30 minutes.

→ Essayez d'obtenir la liste des participants.

Comme pour les salons professionnels, vous pourrez alors préparer la liste des personnes avec lesquelles vous voulez impérativement connecter pendant l'événement. S'il ne vous est pas possible d'obtenir cette liste avant l'événement, arrivez tôt le jour "J" et consultez la liste des participants.

→ Faites cavalier seul.

Choisissez un atelier, un groupe, une table où vous ne connaissez personne et où il reste plus qu'une ou deux places. Arrivez tôt pour vous garantir un nouvel espace relationnel fructueux.

Trucs et astuces

Bien sûr, il est indispensable de venir à cet événement avec suffisamment de cartes de visites. Amenez également votre propre badge (porte badge avec votre carte de visite insérée). Cela nous est tous arrivé. Nous nous présentons à l'accueil d'un événement et nous ne voyons pas de badge à notre nom... ! Dans le meilleur des cas, vous vous retrouvez avec un autocollant standard et votre nom inscrit au marqueur. Avec votre badge personnel, la qualité de votre présentation est garantie.

Pendant l'événement

Vous vous êtes fixé un objectif à atteindre, un nombre de contacts à obtenir pendant cette réunion. Quelques conseils pour y arriver.

Comment obtenir la carte de visite de votre interlocuteur ?

Le moment le plus opportun est quand vous allez en prendre congé. Cependant, il peut être judicieux d'obtenir sa carte plus en amont dans la conversation. Demandez la lui simplement. S'il n'en a pas ou plus, proposez-lui de noter ses coordonnées au dos d'une de vos cartes. Dans ce cas, n'oubliez pas de la barrer, inutile de prendre le risque de la donner à quelqu'un d'autre.

Comment laisser votre carte de visite à votre interlocuteur ?

Un moyen très simple mais imparable, demandez-lui sa carte de visite. Cette démarche montre l'intérêt que vous lui portez et en général, il vous demandera à son tour la vôtre. S'il ne le fait pas, vous pouvez la lui proposer en disant simplement "et voici la mienne".

Que faire de la carte de visite de votre interlocuteur ?

Quand votre interlocuteur vous offre sa carte de visite, ne la rangez pas hâtivement dans votre poche mais lisez-la.

Leur carte de visite contient toujours des éléments qui peuvent enclencher une série de questions de votre part.

- son nom et prénom ne vont pas vous apprendre grand-chose... à moins que vous n'ayez besoin d'en vérifier la prononciation

- son titre en revanche peut être intéressant, vous allez pouvoir lui poser des questions relatives à sa fonction, son métier.

- Sa société, là encore vous allez pouvoir poser une série de questions concernant son domaine d'activité, son industrie.

- La localisation de son entreprise. Est-ce qu'il s'agit du siège de la société ?

Entraînez-vous à cet exercice, prenez quelques cartes de visite et mentalement listez les questions que vous auriez posées pendant votre prise de contact en la découvrant.

Pendant ou après votre conversation, prenez quelques notes rapides au dos de la carte de votre interlocuteur, ses centres d'intérêt professionnels, quelques détails qui vous permettront de personnaliser vos contacts par la suite. Il est important de le faire rapidement, autrement vous oublierez ces détails. Vous n'êtes toujours pas convaincu. Reprenez les quelques cartes de visite que vous venez d'utiliser et essayez de vous souvenir des détails, centres d'intérêt de vos interlocuteurs.



Enrichissez votre réseau

Après l'événement

Comme pour les salons professionnels, mettez tout de suite à jour votre base de données et tenez vos engagements.

Enfin, n'oubliez pas d'envoyer un mot de remerciement à la personne responsable de l'organisation de l'événement, assez peu de gens le font...

7. Forums et listes de discussions sur Internet

Internet est un moyen accessible de faire rayonner votre nom. Forums et listes de discussion, opportunités de publication en ligne de contenu... autant d'outils qui bien utilisés peuvent vous permettre de vous faire connaître auprès d'un public intéressant. Certains consultants profitent déjà de ces opportunités, des exemples à suivre.

Des sites professionnels offrent à leurs visiteurs l'opportunité de communiquer entre eux via des forums, chatroom et des listes de discussion. Confrontés à un problème particulier ou à la recherche de certaines informations, vous pouvez vous rendre sur ces forums et soumettre une question au "groupe". A contrario, si vous êtes spécialiste dans un domaine particulier, vous pouvez très bien utiliser ces forums pour démontrer vos compétences en répondant à une question spécifique.

Quelques règles à respecter :

→ Observez les forums et listes de discussion.

Choisissez comme "plate-forme" ceux dont la tonalité et les thèmes vous correspondent le mieux.

Est-ce que les informations échangées sont pertinentes, les réponses apportées avec soin, quel est le profil des participants ? Les forums dans lesquels les participants se "cachent" derrière leur pseudonyme sont moins intéressants étant donné les objectifs de la démarche.

The screenshot shows the ABC-Netmarketing website. The main header features the ABC logo and the text "[Notre Revue de presse]". Below this is a section titled "Liste de discussion 307" with a link "Pour recevoir la liste de discussion dans votre e-mail, cliquez ici". The main content area displays a list of discussion topics with their corresponding page numbers. The sidebar on the left contains navigation links under the heading "L'encyclo", including "Présentation", "Affiliation", "Business model", "Communautés", "Création d'un site", "Divers", "Droit", "Email marketing", "E-merchandising", "Ergonomie web", "E-services", "Fidélisation", "Marketing viral", "Mesure audience", "Mobile marketing", "Multicanal", "Outils de gestion", "Promotion", "Publicité internet", "Référencement", "Tribune libre", and "Études de cas". Other sidebar sections include "Nos partenaires", "Astuces marketing", "Livres blancs", and "Le guide".

Topic	Page
Le mot du modérateur	307
Image morcelée (R)	306
Google AdSense (Q)	305
Page Ranking Google (Q)	304
Pub traditionnelle / pub en ligne (Q)	303
Le mot du modérateur	302
Bonjour à tous,	301
Google continue de susciter des interrogations du côté de certains membres de la liste, avec une question sur Google AdSense d'une part, et une mini étude de cas sur un problème de Page Ranking d'autre part.	300
Bonne lecture, bonnes contributions et bonne semaine à tous.	299
Stéphane Carpentier s.carpentier@abc-netmarketing.com	298
Image morcelée (R)	297

Exemple de la liste de discussion du site ABC-Netmarketing, cette liste modérée permet à des professionnels de poser des questions précises dans le domaine du marketing en ligne et à d'autres professionnels de répondre... leur donnant l'opportunité de démontrer leur compétence dans un domaine.



Enrichissez votre réseau

→ Initiez-vous aux codes.

Posez des questions. Inutile d'attendre 6 mois pour connaître la signification de « amtha* ». Dites bonjour ! Présentez-vous ! Respectez les règles de bonne conduite !

*à mon très humble avis

→ Utilisez votre signature électronique.

Surtout quand vous prenez le soin de répondre à une question. C'est le moment idéal pour vous faire connaître. Dans le cadre de forums ou de listes de discussion professionnels, cette carte de visite électronique peut également vous aider à asseoir votre réponse. Pour être efficace, elle doit contenir votre nom, le nom de votre société, son activité et votre adresse e-mail ou numéro de téléphone.

8. Utilisez les « connecteurs »

→ Identifiez qui peut vous aider à développer votre réseau

Prenez appui sur les "connecteurs". Leurs recommandations ou des messages qu'ils transmettent sur vous sont essentiels pour votre développement professionnel. Que peuvent-ils faire pour vous ?

- vous présenter des professionnels, amis, prescripteurs
- vous recommander, parler de vos compétences
- vous servir de référence, de mentor
- vous avertir de tout événement essentiel.

→ Prenez soin d'eux

Certains connecteurs peuvent devenir pour vous de véritables prescripteurs.

Identifiez bien ceux qui peuvent parler de vous. Ils sont vos meilleurs ambassadeurs parce qu'ils vous apprécient, admirent vos projets, votre travail, vos actions. Rendez-leur visite et déjeunez avec eux régulièrement juste pour le plaisir.

Quand ils vous recommandent ou partagent avec vous l'un de leurs contacts, n'oubliez pas de les remercier et de les tenir au courant des évolutions du projet ou relation qu'ils ont initié.

Enfin, posez vous aussi régulièrement cette question :

que pouvez-vous faire pour eux ? La relation que vous entretenez avec vos connecteurs doit être basée sur un rapport gagnant-gagnant (ceci reste vrai pour l'ensemble des membres de votre réseau).

9. Rejoignez des réseaux existants

Rejoignez un réseau existant

Si l'état des lieux de votre réseau existant ne vous satisfait pas. Rejoignez des réseaux en résonance avec vos centres d'actions et d'intérêts personnels et professionnels.

- dirigeants
- créateurs d'entreprises
- net économie
- recherche, technologie
- organisations professionnelles
- sports
- développement artistique
- loisirs

→ Déterminez avec précision ce que vous recherchez

Avant de choisir un réseau, listez vos attentes en termes de développement personnel et professionnel. Votre choix sera plus judicieux. Vous pourrez construire des relations fructueuses et durables sans risque de déception.

Important :

Avant d'adhérer, assurez-vous que vous vous sentez à l'aise au sein du groupe et que vous aurez du temps à lui consacrer. Comptez 4 à 5 séances avant que ses membres vous identifient.



Enrichissez votre réseau

→ Adhérez aux associations professionnelles

L'adhésion à des associations professionnelles est la meilleure façon d'obtenir des contacts liés à votre domaine. Elles vous offrent la possibilité d'établir les bonnes connexions et d'obtenir le soutien de personnalités qui partagent vos idées et vos valeurs.

→ Soyez un membre actif de ces réseaux, proposez un nouveau projet à votre organisation

Vous avez flairé une nouvelle tendance, un problème récurant, ou tout autre sujet qui peut faire avancer l'action de vos pairs. Proposez-leur votre compétence pour animer une étude, un atelier, une commission... Vous serez plus vite reconnu et votre projet générera à coup sûr de contacts.

10. Introverti et « à l'aise » dans son réseau

Si vous êtes introverti, bâtir votre réseau vous paraît probablement être un exercice difficile. D'entrée de jeu, une bonne nouvelle : les réseaux des introvertis sont en général moins étendus que ceux des extravertis, mais souvent les premiers prennent le temps de développer des relations plus profondes avec les membres de leur réseau. Compensant largement la taille de leur réseau par la qualité de leurs relations.

Conseils pratiques pour développer votre réseau.

→ Devenez membre actif d'une association ou d'une organisation

Les associations ou organisations professionnelles manquent souvent de volontaires et de membres actifs qui participent au bon fonctionnement de l'association, à l'organisation d'événements ou à la conception de leur newsletter. En devenant l'un de ces membres actifs, vous devenez de fait une personne connue au sein de votre association, vous y avez maintenant un rôle.

Truc et astuce :

Les postes liés à la communication des nouvelles au sein de l'association ne sont en général pas très convoités, ils impliquent la rédaction d'articles ou de newsletters ce qui paraît fastidieux aux extravertis... mais peut s'avérer être une excellente tribune pour les introvertis. Du coup, vous vous retrouvez au cœur de votre association puisque vous êtes au courant de tout et de plus votre notoriété personnelle augmente puisque vous signez les communications.

→ Intervenez dans des conférences

Vous êtes peut-être introverti mais dès que vous êtes lancé sur un sujet qui vous passionne ou sur lequel votre expertise est reconnue, vous êtes intarissable. C'est le moment de partager votre connaissance avec d'autres. Intervenez dans des conférences sur ces sujets, organisez des formations/partages de savoir, en bref saisissez toute occasion d'intervenir sur des sujets qui vous permettent de vous positionner comme l'expert sur un sujet face à un public. La prise de contact se fera alors naturellement.

→ Publiez sur un sujet de votre choix

Si vous ne vous sentez pas du tout à l'aise lors de prises de paroles en public, vous pouvez décider d'en faire un objectif d'amélioration pour 2006 ou bien d'écrire et de publier sur un sujet de votre domaine d'expertise. Internet est une plate-forme idéale. Un article bien écrit sur un sujet pointu peut faire l'objet d'une diffusion à votre base de contacts et s'il est intéressant, cet article ne manquera pas de circuler. Dans ce cas précis, n'oubliez pas de signer votre article ou newsletter et de donner au lecteur un moyen de vous contacter.

→ Travaillez votre présentation

Ce sont les premiers pas qui comptent. Aussi préparez avec soin votre présentation. Construisez-la, testez-la auprès de vos proches, demandez-leur conseils. Vous devez la maîtriser totalement, de manière réflexe.



CONCLUSION

les 10 actions à mettre en œuvre dès maintenant

- 1** Faites l'inventaire de votre réseau et développez votre plan d'action
- 2** Mettez en place votre base de données de contacts
- 3** Préparez votre présentation flash
- 4** Prenez 10 cartes de visites parmi vos contacts et entraînez-vous à poser des questions sur la base de ce que vous lisez
- 5** Développez vos signatures électroniques
- 6** Sélectionnez et préparez le prochain salon auquel vous souhaitez participer
- 7** Identifiez les « connecteurs » dans votre réseau
- 8** Notez les thèmes de votre prochaine newsletter, choisissez un rubricage
- 9** Pendant une journée, gardez en tête les centres d'intérêt de 3 contacts et isolez ce qui peut les intéresser dans la masse d'informations à laquelle vous êtes exposé.
- 10** Dès cette semaine, reprenez contact avec 3 personnes que vous êtes en train de perdre de vue.

Dossier développé par Soho Agency
en collaboration avec Roland Bena.