

# Compte Rendu de Réunion

Date	29 janvier 2025
Lieu	Salle de réunion
Présents	Gérant(e)s, les assistant(e)s à la gestion et l'équipe des commerciaux

## 1. Ouverture de la réunion

La gérante ouvre la réunion en rappelant les enjeux de croissance de l'entreprise, notamment l'extension de la gamme de produits, et plus particulièrement le lancement de la nouvelle gamme de boissons énergétiques naturelles :

- WELTonic Énergie Bio Fruits Rouges 700gr
- WELTonic Énergie Bio Menthe 700gr
- WELTonic Énergie Bio Citron 700gr
- WELTonic Soft Flask Citron 500ml



Elle souligne que ce lancement s'inscrit dans la volonté de diversifier les produits de la catégorie « Boissons » et d'élargir le portefeuille clients en ciblant des entreprises spécifiques du secteur sportif.

## 2. Objectif de la réunion

La gérante annonce que l'objectif principal de cette réunion est de définir les étapes de la campagne de prospection, qui sera lancée dans le cadre de cette nouvelle gamme de produits. Cette campagne se concentrera sur l'acquisition de nouveaux clients dans le secteur sportif.

## 3. Acquisition et sélection du fichier prospect

La gérante informe les participants qu'un fichier prospect vient d'être acquis auprès de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon. Ce fichier contient des informations sur un grand nombre d'entreprises, mais il est nécessaire de filtrer et de trier les données pour cibler uniquement les prospects pertinents.

Les critères de sélection définis par la gérante sont les suivants :

- **Entreprise de plus de 20 salariés**
- **Secteur d'activité : Vente d'articles de sport**
- **Chiffre d'affaires supérieur à 1 million d'euros par an**

## 4. Répartition des tâches et calendrier de la campagne

La gérante désigne les assistants à la gestion comme responsables de l'opération de tri. Ces derniers devront extraire les contacts correspondant aux critères mentionnés et constituer des listes de prospects, par secteur géographique, à remettre à chaque commercial.

### Calendrier de la campagne de prospection :

- Tri du fichier et préparation des listes de prospects : Délai de 5 jours pour les assistants à la gestion
- Démarchage téléphonique par les commerciaux : À partir de la 1<sup>ère</sup> semaine du mois prochain et jusqu'à la fin du mois.
- Transmission des résultats des appels : Les commerciaux devront remplir le tableau de prospection en indiquant les opportunités identifiées, pour saisie dans *Odo* par les gestionnaires des ventes.

## 5. Objectifs des commerciaux

Les commerciaux sont chargés de :

- **Démarcher les prospects par téléphone** : Chaque commercial prendra en charge la liste correspondant à son secteur géographique.
- **Identifier les opportunités commerciales** : Ils devront être attentifs aux besoins des prospects et chercher à transformer les leads en opportunités de vente.
- **Prendre des rendez-vous** : Les commerciaux auront pour objectif de transformer ces opportunités en rendez-vous physiques ou virtuels.



## 6. Objectifs des assistants à la gestion

- Créer les nouveaux produits dans le PGI à l'aide des fiches produits
- Trier le fichier et préparer des listes de prospects pour chaque commercial.
- Saisir les opportunités dans le PGI : Une fois qu'une opportunité est identifiée, elle doit être saisie dans le système *Odoo* pour un suivi centralisé.
- Analyser la campagne de prospection téléphonique

La gérante insiste sur l'importance de la rigueur dans la gestion des prospects et dans le suivi des opportunités. Elle rappelle que chaque commercial est responsable de la transformation de ces opportunités en chiffre d'affaires.

La gérante prévoit également une réunion de suivi dans X semaines pour faire le point sur l'avancement des démarches et ajuster si nécessaire la stratégie de prospection.

## 7. Stratégie de communication multicanale

La gérante présente la stratégie de communication qui accompagnera la campagne de prospection :

- **Site web** : Mise à jour du site avec une section dédiée aux nouvelles boissons énergétiques WELTonic, incluant des fiches produits détaillées, les bénéfices pour les sportifs et un formulaire de contact
- **SMS Marketing** : Envoi de messages courts annonçant le lancement aux clients existants et prospects qualifiés, avec lien vers le site web pour découvrir la gamme complète
- **Courriel marketing** : Préparation d'une newsletter présentant la gamme complète, ses avantages et des offres de lancement spéciales pour les revendeurs d'articles de sport
- **Facebook et Instagram** : Publication régulière de visuels des produits, témoignages de sportifs et contenus informatifs sur les bienfaits des ingrédients naturels utilisés
- **Prospectus publicitaire** : Impression et distribution ciblée de prospectus dans les salles de sport, magasins spécialisés et lors d'événements sportifs locaux. Ces supports présenteront la marque WELTonic, ses atouts différenciateurs, et mettront en avant une offre découverte incitative pour inciter à l'essai

Cette architecture de communication générera des opportunités commerciales complémentaires qui seront ensuite traitées méthodiquement lors des échanges téléphoniques des commerciaux avec les prospects.

La gérante insiste sur l'importance de la rigueur dans la gestion des prospects et dans le suivi des opportunités. Elle rappelle que chaque commercial est responsable de la transformation de ces opportunités en chiffre d'affaires.

La gérante prévoit également une réunion de suivi dans 2 semaines pour faire le point sur l'avancement des démarches et ajuster si nécessaire la stratégie de prospection.

## 8. Questions et échanges

Un échange a eu lieu entre les commerciaux et les gestionnaires des ventes concernant les informations à obtenir lors des appels, ainsi que les techniques de prise de rendez-vous efficaces. La gérante a précisé qu'un script d'appel sera envoyé aux commerciaux dans les prochains jours pour les guider dans cette démarche.

## 9. Clôture de la réunion

La gérante conclut la réunion en remerciant les participants pour leur engagement et leur souhaite bonne chance pour cette campagne de prospection. Elle souligne que cette initiative est cruciale pour le succès du lancement de la nouvelle gamme de boissons WELTonic et pour la croissance de l'entreprise.

Prochaine réunion : Suivi de la campagne de prospection – JJ MM AAA.

---

Compte rendu rédigé par : X

Date : JJ MM AAA

