



**8 semaines pour  
construire une marque  
impressionnante**



# Personnes ressources

John Donnelly

*Détails de programme*

416.204.0332 ou

877.903.3878 #332

*john@covenantgroup.com*

Robert Lecavalier et / ou

Jean Lecavalier

*Questions de contenu*

*robert@covenantgroup.com*

*jean@covenantgroup.com*

# Session # 3

## Gestion des pipelines

# Définir le contexte



## ■ INTENTION



## ■ PROCESSUS

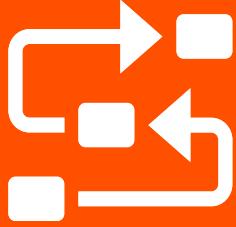


## ■ MESURE



## Intention

Mettre en œuvre et suivre des activités qui constitueront votre inventaire d'acheteurs potentiels sur une base hebdomadaire



## Processus

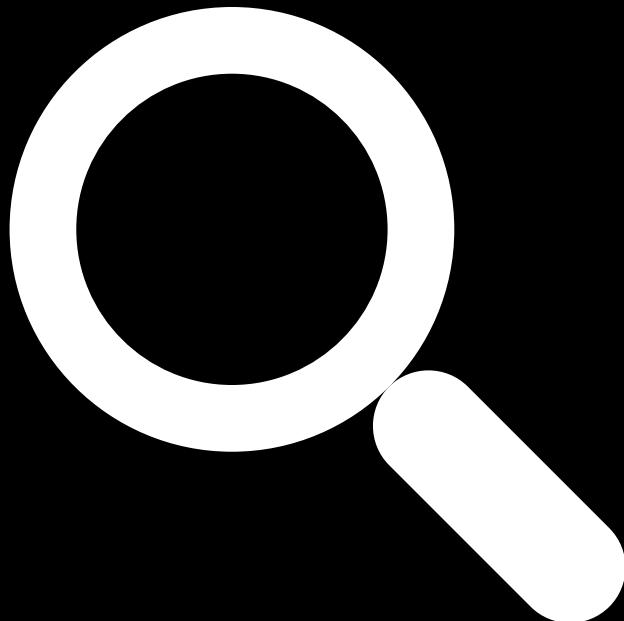
Identifiez les éléments ou les facteurs qui contribueront à la constitution d'un solide pipeline d'acheteurs potentiels au cours des 1 à 3 prochaines années



**Mesure**

La mesure représente les activités dans lesquelles vous vous engagez sur une base hebdomadaire pour mettre en œuvre ces trois éléments

**Mise-en  
contexte**





## Gestion des pipelines

- 3 éléments clés sur lesquels se concentrer dans la gestion des pipelines

# 3 éléments clés sur lesquels se concentrer dans la gestion des pipelines.



## Gestion des pipelines

- L'analyse de votre réseau
- Votre Top 20 relations
- Le suivi des recommandations d'introduction et des références



## Gestion des pipelines

- Aperçu de l'approche du Groupe Covenant en matière de gestion des pipelines

# Ce qui compte dans votre processus de vente



**Conseillers plus  
performants  
contre tous les  
autres**

## Avant

*Ce que vous savez  
sur le prospect ou le  
client*

## Pendant

*Les questions  
que vous posez  
et les histoires  
que vous  
racontez*

## Après

*Ce que vous créez  
ensemble et votre  
capacité à fournir  
les meilleures  
solutions*

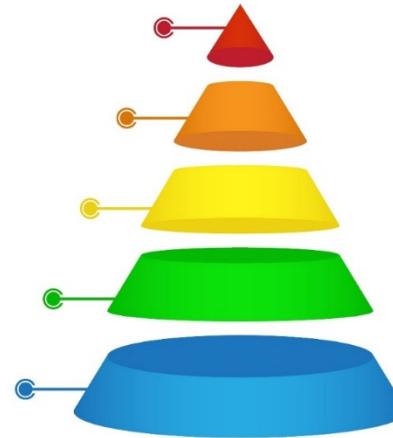
# Les conseillers plus performants - Pipeline



Comment la plupart des gens regardent leur pipeline :



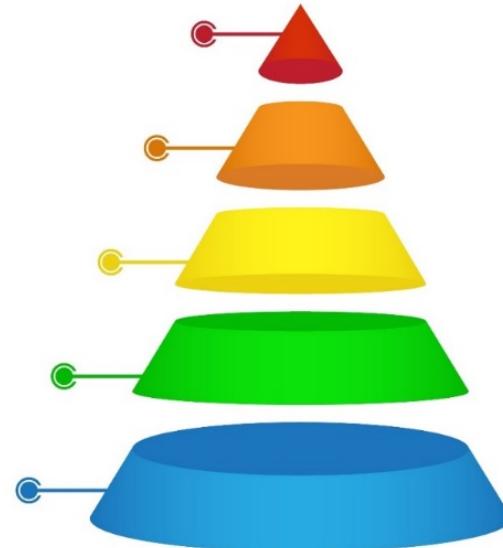
Comment Le Groupe Covenant regarde un pipeline :



# Les conseillers plus performants - Pipeline



- Ils construisent un inventaire d'acheteurs potentiels de 150 à 300
- Ils s'attendent à les convertir sur une période d'un à trois ans





## Révision du dernier webinaire

1. Effectuer des examens périodiques avec vos meilleurs clients
2. Sur une base hebdomadaire, rencontrer au moins une de vos 20 meilleures relations
3. Identifier les gens dans votre cercle social peuvent créer une révolution: « Mavens », Connecteurs et Grands vendeurs



# Répondez à la question à l'écran

## Gestion des pipelines



# 3 éléments clés sur lesquels se concentrer dans la gestion des pipelines

- Analyse de votre réseau
- Top 20 des relations
- Suivi des introductions, des recommandations et des références



## Analysez votre réseau



Identifiez qui et quoi apporte de la valeur à vos prospects et clients

# Deux degrés de séparation

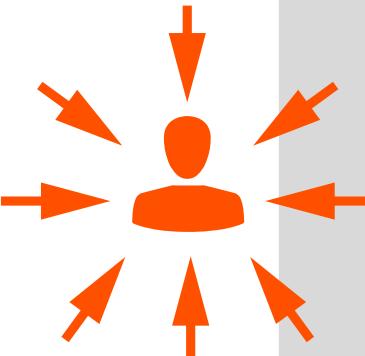


**Votre cercle social**

- **Toutes les personnes que vous connaissez**
- **Ceux qu'ils vont introduire, recommander et référer à vous**

# Profil de client idéal



La démographie	La psychographie
<p><i>Attributs basés sur les faits</i></p>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Âge</li><li>• Localisation géographique</li><li>• Revenu</li><li>• Type d'emploi</li><li>• Statut matrimonial</li></ul>	<p><i>Attitudes</i></p>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Responsable</li><li>• Valeurs familiales fortes</li><li>• Généreux d'esprit</li><li>• Délégateur</li><li>• Connecteur</li></ul>



## Votre cercle social

## Analysez votre réseau

- Clients existants
- Copains
- Famille
- Centres d'influence
- Professionnels collatéraux
- Communauté plus vaste

## Analysez votre réseau



### Exercice

Dressez la liste des personnes que vous connaissez dans votre réseau ou votre cercle social qui correspondent à votre profil client idéal



## Votre cercle social = Votre écosystème



- Toutes les personnes que vous connaissez; famille, amis, relations professionnelles et connaissances
- Quelle est l'étendue et la profondeur de votre réseau. Quelle en est la qualité et la quantité ?



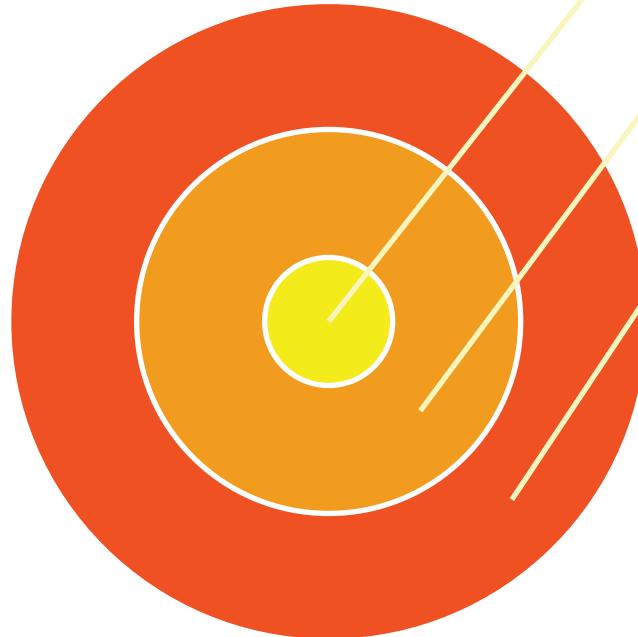
## Exercice

### Réflexion :

- Prenez quelques minutes pour réfléchir à la façon dont vous allez analyser votre réseau pour constituer un inventaire d'acheteurs potentiels au nombre de 100 à 300



## Marchés cibles



Primaire

Secondaire

Tertiaire



# Entrevue (Conseillère)



# Gestion des pipelines



## 3 éléments clés sur lesquels se concentrer dans la gestion des pipelines

- Analyse de votre réseau
- Top 20 des relations
- Suivi des introductions, des recommandations et des références

## Top 20 des relations



### Gestion des pipelines

- *Identifiez votre Top 20 des relations*



## Gestion des pipelines

### Top 20 des relations

- Ceux qui contribuent directement ou indirectement aux 40% à 80% de vos revenus non récurrents au cours des trois à 12 prochains mois



## Gestion des pipelines

### Top 20 des relations

- Votre Top 20 sera composé de :
  - Clients qui achèteront plus de produits ou services
  - Clients potentiels qui, selon vos prévisions, deviendront vos clients
  - Centres d'influence qui présenteront, recommanderont et référeront des clients potentiels



Exercice

## Top 20 des relations

Complétez ou mettez à jour  
vos 20 meilleures relations



## Gestion des pipelines

### Top 20 des relations

- *Nom*
- *Profession*
- *Quelle est l'opportunité ?*
- *Pourquoi cette relation est-elle importante ?*
- *Quelles sont vos prochaines étapes ?*



# Entrevue (Conseillère)





## Exercice

### Réflexion :

- Prenez quelques minutes pour identifier les prochaines étapes avec votre liste de vos Top 20 relations

## Gestion des pipelines



# 3 éléments clés sur lesquels se concentrer dans la gestion des pipelines

- L'analyse de votre réseau
- Votre Top 20 relations
- Le suivi des introductions, des recommandations et des références



# Votre cercle social = Votre écosystème



**Suivi des introductions, des recommandations et des références**



**Mesure**

## Qu'est-ce qu'on veut suivre ?

- Combien d'introductions, de recommandations, et de références obtenez-vous chaque semaine ?
- Quelles sont les sources de ces introductions, recommandations et références ?
- Combien de ces introductions, recommandations et références mènent à une conversation d'attraction client ?



**Mesure**

## Qu'est-ce qu'on veut suivre ?

- Combien de ces conversations d'attraction client conduisent à des personnes s'engageant dans le processus de vente ou le cycle d'achat?
- Combien d'entre eux deviennent des clients?
- Parmi ceux qui deviennent clients, combien deviennent des sources de recommandations, d'introductions et de références ?



# Entrevue (Conseillère)





## Exercice

# Refléxion :

- Prenez quelques minutes pour réfléchir à la façon dont vous allez utiliser et implémenter le contenu de la session d'aujourd'hui

## Résumé et conclusion

**Vous devez suivre les activités et les résultats liés à:**

- Votre réseau ou écosystème
- Vos 20 meilleures relations
- Suivi des introductions, des recommandations et des références du bas de l'entonnoir vers le haut (conversion en clients)

# Conclusion

- Quels sont les enseignements clés d'aujourd'hui ?
- Qu'allez-vous faire de ce que vous avez appris aujourd'hui ?
- Quels changements de comportement allez-vous apporter ?
- Qu'allez-vous faire ensuite ?

- 1
- 2
- 3

## Prochaines étapes

**Webinaire IV**– Jeudi 23 avril, 12 h à 13 h

…→ *La mise en réseau / Tissage*

**Webinaire V**– Jeudi 30 avril, 12 h à 13 h

…→ *Travailler avec des professionnels collatéraux*

**Webinaire VI**– Jeudi 7 mai, 12 h à 13 h

…→ *Leadership numérique*

**Webinaire VII**– Jeudi 14 mai, 12 h à 13 h

…→ *Événements éducatif et expérientiels*

## Exercices à compléter :

- 1
- 2
- 3

### Prochaine étapes

- Analysez votre réseau
- Examinez votre profil de client idéal
- Revue Obtention des introductions
- Complétez votre liste des 20 meilleures relations
- Mettez en place un système de suivi pour vos introductions, recommandations et références

- 1
- 2
- 3

Questions ou  
commentaires





# Personnes ressources

**John Donnelly**

*Détails de programme*

416.204.0332 ou

877.903.3878 #332

*john@covenantgroup.com*

**Robert Lecavalier et / ou**

**Jean Lecavalier**

*Questions de contenu*

*robert@covenantgroup.com*