

# Bien préparer son rendez-vous B2B

## 1. Préparation en amont du rendez vous

La préparation en amont est indispensable. Dans la mesure du possible, collectez le maximum d'informations sur les entreprises et sur les personnes que vous rencontrez (particularité culturelle, périmètre d'activité géographique, etc.). Ces informations peuvent vous être utiles :

- Pour adapter votre discours à chaque entreprise avec laquelle vous obtenez un rendez-vous ;
- A formuler des questions précises et adaptées à chaque donneur d'ordre ;
- A être plus réactif pendant l'entrevue.

Préparez une présentation efficace de votre entreprise/produit/service en 5 minutes - en français et en anglais. La clientèle veut pouvoir se faire une idée précise de son interlocuteur, de ses prestations ou produits, des avantages que celui-ci lui propose, des preuves objectives de sa performance.

Eventuellement avec un support papier ou numérique concis, décrivant :

- La structure et l'historique de l'entreprise, sa capacité à durer dans le temps ;
- Une description complète et étayée des DAS<sup>(1)</sup> ciblés avec exemples de réalisations ;
- Les moyens d'étude, de développement et de production ;
- Les certifications ;
- L'assurance Qualité ;
- Les références

Ce document doit permettre de démontrer, a priori :

- Que l'entreprise ne sera pas un sujet de dysfonctionnement ;
- Que l'entreprise dispose d'un véritable «plus» susceptible d'être un facteur de performance pour leur entreprise ;
- Que l'entreprise sera un partenaire fiable dans le temps.

Il est important d'apporter votre vision du développement de l'entreprise, et de préciser la manière dont vous anticipez, ou le cas échéant, intégrez la diversification dans le marché éolien dans votre stratégie en France et à l'export (où en serez-vous dans 5/10 ans ? Et avec quels partenaires ?).

## 2. Pendant le rendez-vous

Introduction : Vous avez sollicité un rendez-vous, il vous revient donc d'expliquer le sens de votre démarche. Vous pourriez présenter le contexte dans lequel vous avez sollicité votre interlocuteur, l'actualité de votre entreprise, le produit et/ou le service que vous avez ciblé, etc.

N'hésitez pas à solliciter votre interlocuteur, l'un de vos objectifs doit être de comprendre les besoins du client. Le rendez-vous B2B est un moment propice pour collecter des informations. Concentrez-vous notamment sur :

- Les besoins des donneurs d'ordre ;
- Leur organisation, notamment le système de référencement des sous-traitants ;
- Le système de prise de décision.

Une fois ces points bien identifiés, vous devrez être en mesure de justifier le fait que les produits/services que votre entreprise propose correspondent à ses attentes, ainsi que de cibler les axes de travail sur lequel il vous semble nécessaire de travailler pour garantir le bon fonctionnement d'un partenariat.

Les questions précises sont en général appréciées.

Se présenter au rendez-vous en binôme peut être une stratégie efficace : l'un interagit avec le client pendant que l'autre prend des notes. Faites preuve de motivation en proposant des actions dans la poursuite du rendez-vous afin d'approfondir l'échange.

## 3. Après le rendez-vous : l'importance du suivi !

Qu'il y ait suite ou non après l'entretien, la réalisation d'une synthèse que vous transmettez à votre interlocuteur est un plus.

- Elle vous permettra de garder une trace de votre discussion, des informations que vous avez collectées et des contacts que vous avez obtenus ;
- Pour votre interlocuteur, elle permet d'avoir une trace de votre entreprise rapidement consultable.

*Ce document a été rédigé dans le cadre du programme Windustry France et revu par l'ensemble des membres du comité de pilotage Windustry France. Il ne saurait à lui seul garantir la réussite d'une rencontre d'affaire, mais tente de recenser les bonnes pratiques en la matière.*