

Soigner son écosystème commercial, faire vivre son pipe

Parmi les anglicismes dans notre domaine il y a le célèbre "pipe" commercial (se prononce "paillpe"). Traduction littérale : un tuyau. En gros, c'est la **visibilité sur ce que vous avez dans le viseur**, dans les tuyaux donc, les rencontres, les prospects, les leads froids, les leads chauds, les RDV manqués, les offres ouvertes...etc.

Et le pipe, c'est comme le réseau, comme les amitiés. Il faut l'entretenir tous les jours, tous les mois, toute l'année, toute une carrière. Avec de l'honnêteté et de la passion.

Dans le contexte actuel de sortie de pandémie, cet article est un appel à ne pas reproduire les mêmes erreurs. Au pire, un chemin de croix, car j'en conviens, un pipe commercial ne se construit pas en un claquement de doigt et demande du temps.

2020 m'a fait rencontrer beaucoup de vendeurs, entrepreneurs, bref toutes sortes de personnes qui ont quelque chose à vendre et pour qui d'un coup, en mars, tout est devenu plus difficile. L'une des causes majoritairement identifiée (outre des lacunes dans la compétence de vente) **un pipe commercial vide et un arrêt brutal du business du jour au lendemain.**

C'est le syndrome de l'indépendant ou du commercial dépendant de ses clients. On se concentre sur les clients qui rentrent sans que l'on ait trop à forcer et le jour où, pour une raison comme le covid par exemple, tout se tend, tout s'effondre, hé bien c'est la chute, le précipice. Plus rien. Pas l'ombre d'un prospect ou d'une affaire à l'horizon.

*Être indépendant ou vendeur,
CE N'EST PAS flairer la bonne affaire et l'user jusqu'à la corde
tant que cela apporte du revenu et de la marge.*

Être indépendant ou vendeur c'est avoir une curiosité économique, une intelligence commerciale, être en mode veille 24/7. Et comme votre télé quand elle est en mode veille, ça consomme de l'énergie, il n'y a pas de secrets ! Il faut entretenir son esprit de chasse, être aux aguets en permanence pour identifier les futurs clients à aider et accompagner avec nos produits et nos solutions.

À la question que nombreux se posent depuis mars 2020 sur comment faire des affaires et générer du prospect en temps de covid, il n'y a eu, il n'y a et il n'y aura toujours qu'une seule réponse :

*Il faut un pipe commercial fourni,
rempli, foisonnant.*

Solliciter son réseau ou ses amis au moment où nous en avons besoin, c'est comme prospecter à froid, nous dépensons 2x plus d'énergie pour avoir peu de résultat, quand il y en a ! Car bien souvent, face à une démarche qui, malgré nos efforts, est perçue comme intéressée, cela s'avère difficile voire contreproductif.

Il n'y a donc pas de formule magique. Il faut entretenir son pipe commercial, comme on entretient son réseau professionnel ou ses amitiés.

Le mode d'emploi ? Il est là

1. D'abord montrer de l'intérêt envers tous ceux que vous rencontrez dans le cadre professionnel. La magie des relations humaines vous laissera forcément une fenêtre à un moment pour pitcher votre produit ou service.
2. Vous pouvez faire pareil dans la vie privée. Ceux qui pensent qu'il faut cloisonner pro/perso sont restés bloqués dans les années 2000. Dans l'économie foisonnante que l'on traverse, on privilégie les recommandations. Profitons-en ! Et soyons agiles d'esprit. D'autant que le premier sujet qui sort après les présentations lors d'un BBQ avec des inconnus, bien souvent, c'est la casquette professionnelle. Donc ne pas saisir cette occasion de s'intéresser aux autres pour qu'ils s'intéressent ensuite à vous, ce serait une erreur.
3. Votre réseau a lui-même un réseau. Ne mettez pas de côté des personnes dont vous pensez de prime abord qu'elles ne sont pas concernées par ce que vous faites. Faites en sorte qu'elles pensent à vous quand elles seront au contact de leur propre réseau.

4. Prospectez de façon ciblée. Et surtout pas à froid. C'est à dire, identifiez les cibles de votre business, approchez-les intelligemment. Ce n'est pas un article mais une bible qu'il faudrait pour vous développer proprement ici le sujet de prospection. Vos meilleurs amis seront cependant la pugnacité et le temps.
5. Prenez des nouvelles régulièrement de tout ce petit monde. En push : par téléphone juste pour savoir comment ça va. En pull : à travers vos réseaux sociaux ou des mailings. Incluez ceux chez qui vous avez des offres en attente ou que vous avez perdues dans le passé.
6. S'agissant des mandats en cours : proposez des séances de suivi et/ou des moments off-pro pour juste aller passer un moment riche de sincérité avec votre client : événement corporate, lunch, invitation à des foires, salons, matchs et autres manifestations.
7. Recommandez des prospects à vos contacts. Ouvrez-leur votre réseau ! C'est une autre façon de faire parler de vous sans viser d'intérêt économique tourné sur vous à court terme. Si vous savez conserver une part de bienveillance et de sincérité dans la démarche, son destinataire saura s'en rendre compte.

Bref, comme vous le constatez, ce n'est pas un sprint mais un marathon ! Il faut tenir dans la durée. Toujours avec la même forme d'authenticité, de bienveillance mais aussi de pragmatisme et de rationalisation de l'effort. Se réveiller un lendemain de lockdown et vouloir remplir son pipe en urgence pour survivre est illusoire.

Vous comprenez aussi que **le secret d'un pipe commercial vivant**, c'est que tout se chevauche en permanence. Toutes ces activités commerciales précitées doivent s'entremêler chaque jour, être menées de front et se produire au moins une fois par semaine. L'objectif est qu'en situation périlleuse, vous puissiez tirer les bénéfices de l'un d'elle lorsqu'une autre est au point mort ou en stand-by. Et de cette façon, vous ne repartirez JAMAIS de zéro.

Si après cela, la notion de pipe vous est toujours délicate, vous pouvez toujours aller faire un tour du côté de Saint-Claude dans le Jura français. Vous pouvez y acheter des pipes clé en main et il y en a pour tous les goûts. Normal, c'est la capitale mondiale de la pipe.

Eric Bertin

Fondateur de SCORE Management