

# Astuce de MD

## Acquisition efficace de nouveaux clients



**Les voies qui mènent aux nouveaux clients sont nombreuses – ce que vous avez compris depuis longtemps, si vous vous êtes déjà penchés sur le sujet! Pour lancer l’offensive, notre astuce «Voie libre vers de nouveaux clients» vous fournit des clés utiles. Ici, nous vous suggérons des réalisations concrètes via tous les médias susceptibles de vous aider à acquérir de nouveaux clients. Laissez-vous inspirer!**

### **10 astuces pour l’acquisition efficace de nouveaux clients**

1. **Recherchez les points de contact avec vos clients potentiels.**  
Identifiez les points de contact possibles avant de choisir le média ou l’instrument que vous allez utiliser. Mettez-vous à la place de votre personne cible: quels sont ses loisirs, quels médias utilise-t-elle? Quel est son moyen de locomotion (auto, bus, tram, etc.)?
2. **Créez une page web qui donne au visiteur une image positive de votre entreprise.**  
Pour les clients potentiels, votre site web est souvent le premier point de contact avec votre entreprise. Il faut donc qu’il soit conçu avec professionnalisme et toujours d’actualité. Prouvez votre compétence en proposant, en outre, une rubrique de services avec informations spécialisées, liens utiles ou conseils de pros. Références, testimonials (témoignages de clients) et communiqués de presse contribuent à renforcer l’image positive de votre entreprise.
3. **Faites la connaissance des visiteurs de votre site web.**  
Les personnes qui visitent votre site web s’intéressent à vos offres ou contenus. Vous n’en connaissez peut-être pas (encore) les raisons, mais beaucoup de visiteurs ont probablement l’intention d’effectuer des achats. Ne les laissez donc pas partir avant d’avoir rempli un formulaire de contact, s’être inscrits à votre Newsletter, avoir cliqué sur le bouton de rappel ou rempli une demande d’inscription en téléchargeant vos documents. Important: lors de la réalisation de votre site web, pensez à mettre en avant ces points d’interaction.
4. **Transformez chaque nouveau visiteur en un nouveau client.**  
Un visiteur vient d’entrer dans votre commerce? Jamais vous n’aurez une aussi belle occasion d’acquérir un nouveau client. Tirez-en parti! Si ce n’est pas aujourd’hui, alors peut-être demain. Demandez à votre visiteur s’il souhaite être informé de vos offres spéciales, participer au programme de bonus ou s’inscrire pour une carte client, etc. Vous pouvez ainsi poursuivre le dialogue commencé et augmenter vos chances d’avoir un nouveau client.
5. **Organisez une journée portes ouvertes.**  
N’invitez pas seulement vos clients, mais aussi – et surtout – toutes les personnes intéressées. Préparez-vous à ce que votre entreprise soit examinée sous toutes les coutures et mettez sur pied un programme cadre attrayant avec restauration, concours, visites guidées et présentation des produits.
6. **Mandatez un centre d’appels afin de fixer des rendez-vous en votre nom.**  
Le temps de vos conseillers doit être consacré aux entretiens de vente. Confiez la fixation de rendez-vous à un centre d’appels professionnel. Vous augmenterez la motivation et l’efficacité de votre équipe de vente.
7. **Testez de nouvelles adresses lors de chaque mailing d’acquisition.**  
Ayez toujours une réflexion d’avance: lorsque vous acquérez de nouveaux clients grâce à des mailings volumineux, testez une sélection ou liste de nouvelles adresses. Ainsi, lorsque vous lancerez votre prochaine opération d’envergure, vous saurez où se cache le plus gros potentiel.
8. **Confiez votre publicité à vos clients.**  
Ou, pour utiliser les mots du spécialiste de marketing direct Friedhelm Lammoths: [«Publicité de demain: une piste de réflexion»](#). Lorsque vos prestations sont de qualité et que votre entreprise pense et agit en fonction de ses clients, vos demandes de recommandation frappent dans le mille.
9. **Mandatez une agence de marketing en ligne ou crossover.**  
Osez la nouveauté! Vous acquérez du même coup une image ouverte et orientée sur l’avenir. N’oubliez toutefois pas de vérifier au préalable si les mesures prévues permettront d’atteindre votre groupe cible.
10. **Accordez une attention particulière aux personnes intéressées.**  
La personne qui réagit dans le cadre d’un contact publicitaire s’attend à ce que vous teniez vos promesses. Et que sa réaction vous fasse plaisir. Ne la décevez pas! Allez à la rencontre des personnes intéressées et accordez-leur une attention spéciale. Pour votre entreprise, ce sont des diamants à l’état brut!

**Pour plus d’informations: [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint).**

La Poste Suisse  
PostMail  
Marketing direct  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint)