
inker
PROSPECTiON D'iNFLUENCE®

PROSPECTiON D’iNFLUENCE®

A propos

Chez INKER, nous faisons de la prospection commerciale un puissant levier d'influence stratégique.

Experts en détection d'opportunités business à forte valeur ajoutée (appels d'offres, consultations, projets en gestation), nous facilitons la connexion avec les décideurs clés : C-Level, top management, Comex, Codir, Board members.

Grâce à une approche multicanale et une veille marché proactive, nous concevons des solutions sur mesure, parfaitement alignées sur les enjeux business et les ambitions de nos clients.

Maîtres-mots

INFLUENCE

Une prospection n'a de sens que si elle est impactante et influente. Séduire par l'argument juste auprès de la cible parfaite est notre métier.

INNOVATION

Parce que nous avons un goût très prononcé pour les secteurs innovants, notamment ceux qui façonnent les métiers de demain.

PRAGMATISME

Parce que nous pensons qu'à trop intellectualiser on en oublie l'essentiel. Associé à la persévérance, le pragmatisme est porteur de résultats.

Prestations

PROSPECTION SUR COMPTES STRATÉGIQUES

CAC40, SBF120, groupes, ETI, réseaux structurés, fonds d'investissement, ONG, collectivités, administrations, etc.

DÉTECTION D'OPPORTUNITÉS BUSINESS

Appels d'offres, consultations, projets en gestation.

PROSPECTION/INFLUENCE "PRESCRIPTEURS"

Fédérations professionnelles et autres organisations de défense d'intérêts économiques de filières ou métiers.

PROMOTION ÉCONOMIQUE DE TERRITOIRES

Détection de projets d'implantation pour agences de développement économique et/ou services économiques d'ambassades.

FORMATION-ACTION

Formation (intra) d'équipes commerciales et dirigeantes, alliant théorie et pratique pour des résultats immédiats.

Facteurs clés de succès

Le succès d'une prospection influente réside dans :

- sa préparation en amont (compréhension des enjeux, maitrise de l'offre, connaissance du marché et de son actualité, définition précise des cibles, ajustement du discours et des supports commerciaux),

- le déploiement des canaux appropriés (téléphonique, emails one-to-one, séquences email, LinkedIn, voire visites sur salons si nécessaire),

- une bonne cartographie des décideurs (mapping) et la génération de recommandations internes (du top management à l'opérationnel), et externes (écosystème).

- l'implication de chaque interlocuteur, décideurs et métiers, avec une argumentation adaptée et progressive (méthode d'encerclement),

- l'agilité, avec la possibilité de changer de cap rapidement si nécessaire (Test & Learn).

Les métiers maîtrisés

- Marketing, communication (digital, print, event),
- Branding, identité de marque, design, packaging,
- Brand content, inbound, vidéo, média, RP, e-RP,
- Market intelligence, veille stratégique, e-réputation,
- Communication de crise, d'opinion, et d'influence,
- Études marketing, statistiques, économétriques,
- Conseil en stratégie, M&A, innovation, transformation,
- Conseil en achat, supply chain, organisation,
- Conseil RH, management, outplacement,
- Solutions RH, digital learning, serious gaming,
- Formation professionnelle, coaching, coconstruction,
- Plateformes collaboratives et d'open innovation,
- Intelligence collective, Design thinking, Design sprint,
- Applications web, IoT, intelligence artificielle,
- Développement économique, marketing territorial,
- Conseil et ingénierie IT, transformation digitale,
- Dématérialisation, GED, archivage, workflow.

Le mot du dirigeant

« Dans des marchés en constante évolution, les entreprises doivent sans cesse se réinventer, détecter de nouvelles opportunités business et savoir approcher leurs cibles stratégiques au moment opportun.

Prospecter, c'est aussi influencer : identifier et capter l'attention des décideurs clés, faire émerger des projets en gestation et inscrire durablement son entreprise dans leur esprit.

Depuis quinze ans, j'ai accompagné plus de 300 entreprises, de la startup au grand groupe, piloté plus de 1 000 campagnes de prospection et formé plus de 250 personnes.Cette expérience a forgé une conviction qui guide INKER depuis sa création : une prospection n'a de sens que si elle est impactante et influente.»

Michel Grujicic

‘‘ Une prospection n’a de sens
que si elle est impactante et influente ’’

mig@inker.fr

INKER
RCS Paris B 811 847 169