

Bâtir votre clientèle

Vos efforts doivent être axés sur le maintien et l'expansion de votre propre clientèle. Pour ce faire, il vous faudra promouvoir vos compétences personnelles et les services de votre cabinet auprès des clients actuels et éventuels. Pour accomplir ces tâches avec un maximum d'efficacité, vous devrez établir en quoi consiste votre marché cible idéal, tisser des liens et créer des réseaux au sein de ce marché afin d'accroître votre base de clients et recruter de nouveaux clients. Voici quelques mesures qui pourraient vous être utiles.

Bâtir votre clientèle

1	Établissez une liste de personnes-ressources chez les clients actuels et potentiels.	<input type="checkbox"/>
2	Révissez votre liste de personnes-ressources et mettez-la à jour régulièrement.	<input type="checkbox"/>
3	Repérez en ordre de priorité les personnes-ressources les plus susceptibles de vous confier des mandats ou de les confier à votre cabinet.	<input type="checkbox"/>
4	Consolidez les liens avec vos clients actuels et potentiels. Prévoyez sur une base régulière des activités permettant de développer ces liens. Des activités relativement simples, comme l'envoi de cartes de souhaits ou de bulletins d'information, peuvent convenir pour la plupart de vos clients, mais dans le cas des clients qui sont des objectifs prioritaires, il est plus utile d'organiser des activités plus régulières où vous serez appelée à consacrer plus de temps, comme les dîners ou les soupers d'affaires. Veillez à ce que votre réseau soit dynamique et en pleine croissance en communiquant avec vos clients sur une base régulière. Accordez plus d'importance aux activités que vous et vos invités trouverez agréables. Consacrez plus de temps aux liens qui sont plus susceptibles de donner des résultats.	<input type="checkbox"/>
5	Élargissez votre réseau et votre liste de personnes-ressources en ciblant des personnes plus susceptibles de faire appel à vos services, en participant à des événements de réseautage ou à des associations commerciales ou industrielles.	<input type="checkbox"/>
6	Examinez la possibilité de faire des présentations aux clients ou aux membres de votre cabinet.	<input type="checkbox"/>
7	Intéressez-vous de près aux appels d'offres auxquels votre cabinet donne suite.	<input type="checkbox"/>
8	Examinez les façons de vous démarquer afin que les clients vous choisissent.	<input type="checkbox"/>

Bâtir votre clientèle (suite)

9	Cherchez des occasions de développer de nouveaux clients dans des situations hors de l'ordinaire. Ne faites pas l'erreur d'ignorer les situations suivantes pour trouver des clients éventuels : les activités de bénévolat caritatif, les conseils d'administration d'organismes à but non lucratif, les groupes de réseautage, les rencontres de sensibilisation artistique, les cercles de lectures, les entités responsables de l'organisation de festivals, les groupes communautaires, vos amis et votre famille.	<input type="checkbox"/>
10	Réservez quelques heures dans votre emploi du temps pour des activités de développement de nouveaux clients. Prévoyez une plage de temps sur une base quotidienne ou hebdomadaire pour les activités de développement. Les associés qui ont du succès en développement des affaires vous diront qu'ils consacrent de trois à dix heures par semaine pour le développement de leur clientèle, que ce soit lors des dîners, en faisant des appels téléphoniques, en préparant des conférences, en participant à des événements de réseautage, ou au moyen d'une gamme variée d'autres activités. Plusieurs vous diront qu'ils sont actifs tous les jours, même s'il s'agit tout simplement de planifier un dîner éventuel. D'autres vont consacrer un jour particulier de la semaine aux activités de développement des affaires.	<input type="checkbox"/>
11	Ne demandez pas toujours du travail. Demandez à vos clients comment vous et votre cabinet pouvez leur être plus utiles. Le fait d'inviter les employés de vos clients à assister à un séminaire ou à des activités de formation professionnelle continue à vos bureaux est un moyen d'établir des liens de confiance et peut ouvrir la voie à des dossiers additionnels à l'avenir.	<input type="checkbox"/>
12	Lorsque vous tentez d'obtenir un mandat, un « non » ne signifie pas que la porte est fermée pour toujours.	<input type="checkbox"/>
13	Planifiez ce que vous allez faire et quand vous prévoyez le faire : établissez des objectifs pour le développement des affaires et respectez vos engagements.	<input type="checkbox"/>
14	Laissez savoir aux autres que vous avez l'intention d'entreprendre des activités de développement de clientèle.	<input type="checkbox"/>
15	Invitez d'autres collègues à se joindre à vous pour les activités de développement de clientèle lorsque c'est approprié. Cela démontre que vous êtes une « joueuse d'équipe » et que vous vous préoccupez de la réussite du cabinet dans son ensemble.	<input type="checkbox"/>
16	Dressez une liste de vos activités en tant que membre d'un conseil d'administration. Apportez des mises à jour lors de votre évaluation annuelle.	<input type="checkbox"/>
17	Si votre cabinet tient compte des heures de travail non facturables, prenez note de vos heures.	<input type="checkbox"/>
18	Conservez un registre des mesures que vous entreprenez et leur taux de réussite.	<input type="checkbox"/>
19	Diagnostiquez ce qui fonctionne et rajustez votre plan en conséquence.	<input type="checkbox"/>