



RESSOURCE PREMIUM · BIZ CONSULTING
GUYANE

Combien de prospects sont encore sans réponse claire ?

Mesurer le stock d'opportunités laissées en suspens.

bizconsulting-guyane.com · service@bizconsulting-guyane.com · 0694 14 20 53

« Il n'a pas répondu » ne veut pas forcément dire « prospect perdu »

Dans la ressource précédente, vous avez regardé vos 10 dernières demandes.

Cette fois, nous allons chercher plus loin.

Car dans beaucoup d'entreprises, certains prospects ne sont ni :

clients, ni **clairement perdus**.

Ils sont simplement restés quelque part entre les deux.

Un devis envoyé sans réponse.

Un message WhatsApp à reprendre.

Une personne qui devait rappeler.

Un client qui attendait une information.

Une demande Instagram oubliée.

Individuellement, cela paraît anodin.

Accumulez ces situations pendant plusieurs semaines et elles peuvent représenter de vraies opportunités commerciales.

1. Faites le tour de vos points de contact

Regardez vos échanges des dernières semaines :

WhatsApp · e-mails · Instagram/Facebook · devis · formulaires du site · appels / notes · autres outils utilisés

Cherchez uniquement les personnes qui avaient manifesté **un véritable intérêt commercial**.

Pas besoin de remonter plusieurs années.

Commencez par une période récente : **30 jours**, par exemple.

2. Classez ce que vous retrouvez

Prospect	Dernier échange	Ce qu'il attendait / devait faire	Situation
			Client / Perdu / À suivre / Je ne sais pas
			Client / Perdu / À suivre / Je ne sais pas
			Client / Perdu / À suivre / Je ne sais pas
			Client / Perdu / À suivre / Je ne sais pas
			Client / Perdu / À suivre / Je ne sais pas
			Client / Perdu / À suivre / Je ne sais pas

Ajoutez des lignes si nécessaire.

Puis comptez simplement :

Prospects à suivre : ____

Situation inconnue : ____

3. Faites maintenant une distinction importante

Pour chaque prospect « À suivre » ou « Je ne sais pas », demandez-vous :

Qui devait faire la prochaine action ?

Nous

envoyer une information, rappeler, transmettre un devis, confirmer une disponibilité...

Le prospect

répondre, choisir, valider, rappeler, envoyer un document...

Je ne sais pas

Cette dernière distinction peut révéler quelque chose d'important.

Une entreprise peut penser :

« J'attends son retour. »

Mais si aucun moment n'a été prévu pour reprendre contact, **qui suit réellement l'opportunité ?**

4. Un prospect silencieux n'a pas forcément dit non

Prenons trois situations :

Prospect A

« Non merci, j'ai choisi une autre entreprise. »

La situation est claire.

Prospect B

« Envoyez-moi le devis, je regarde ça. »

Puis plus rien.

La situation est inconnue.

Prospect C

« Je suis intéressé, rappelez-moi début septembre. »

Personne ne note le rappel.

L'opportunité peut simplement être oubliée.

Ces trois prospects ne devraient donc pas être considérés de la même manière.

5. Ce que vous venez d'apprendre

Recevoir davantage de prospects est une manière de développer les ventes.

Mais il en existe une autre :

mieux savoir ce que deviennent ceux qui sont déjà entrés dans votre entreprise.

Si cet exercice fait ressortir plusieurs prospects « À suivre » ou « Je ne sais pas », cela ne signifie pas automatiquement qu'ils auraient tous acheté.

En revanche, cela montre qu'une partie de vos opportunités commerciales peut devenir **difficile à suivre ou à retrouver**.

La prochaine question est donc :

Que peut représenter cette absence de suivi pour votre entreprise ?