

## Correction chapitre 2

### I. Analyser et comparer les modes de contact

#### L'inbound marketing : une logique inversée

**Définition :** Contrairement à la prospection classique où l'entreprise va vers le client, l'**inbound marketing** consiste à attirer les prospects vers l'entreprise grâce à du **contenu pertinent**, informatif ou inspirant.

**Exemple adapté à BienSit :**

BienSit peut publier sur LinkedIn un **article de blog** ou une **infographie** sur "L'impact d'une assise ergonomique sur la productivité des salariés". Si M. Bernard (DRH) interagit avec ce contenu, cela signale un intérêt. On peut alors **le recontacter** de façon personnalisée, ce qui augmente les chances d'obtenir un rendez-vous.

#### Comparatif : face-à-face vs digital

Mode de contact	Atouts	Limites
<b>Face-à-face</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Contact humain direct et plus chaleureux</li><li>- Interaction immédiate</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Temps et coût plus élevés</li><li>- Difficulté à atteindre certains décideurs</li></ul>
<b>À distance (digital)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Gain de temps et de réactivité</li><li>- Possibilité de cibler via LinkedIn</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Moins de lien émotionnel</li><li>- Risque que le message soit ignoré</li></ul>

---

### II. Mise en situation – Préparer une prise de contact

#### Scénario A – Prise de contact à distance (LinkedIn ou mail)

**Message de prospection LinkedIn :**

Bonjour M. Bernard,

J'ai remarqué avec intérêt que vous avez aimé plusieurs de nos publications sur l'ergonomie au travail — preuve que vous êtes attentif au bien-être de vos équipes.

Chez BienSit, nous accompagnons les start-up comme la vôtre avec des solutions sur mesure pour améliorer le confort et la performance au quotidien.

Seriez-vous disponible pour un échange rapide afin d'évaluer ensemble les besoins de vos collaborateurs ?

Bien à vous,

*[Votre prénom et nom]*

Commercial(e) stagiaire chez BienSit

## ● Scénario B – Prise de contact en présentiel (salon professionnel)

### 3B. Accroche verbale (2 phrases, selon la règle des 4x20) :

Bonjour Mme Laurent, je suis ravi(e) de vous croiser aujourd'hui. Votre cabinet étant engagé dans la performance humaine, je me demandais si vous avez déjà réfléchi à l'impact de l'assise de vos collaborateurs sur leur bien-être au travail ?

### 4B. Phrase de présentation rassurante de l'offre :

Chez BienSit, nous proposons des solutions ergonomiques testées et personnalisées, spécialement conçues pour les environnements exigeants comme les cabinets d'avocats, avec un accompagnement complet de l'installation au suivi.