

Comment acquérir ses premiers clients ?



Trouver ses premiers clients est un défi crucial pour toute jeune entreprise. Pour cela, pas de recette miracle, mais une série d'actions concrètes qu'il est possible de mettre en place dès le départ, en gardant à l'esprit que transparence et écoute sont les maîtres mots pour installer la confiance. Suivez notre *check list* de 10 bonnes pratiques et choisissez les plus adaptées à la nature de votre activité.

- **Parlez de votre offre autour de vous** : activez votre réseau personnel et professionnel et parlez de votre activité à vos proches, anciens collègues, partenaires...les premiers clients sont parfois plus proches qu'on ne croit.
- **Soyez présent là où sont vos clients** : salons, forums et événements ou, en mode digital, groupes Facebook, LinkedIn, Instagram...et écoutez-les.
- **Proposez une offre claire** : clarifiez ce que vous proposez, pour qui (âge, métier, besoins, habitudes de la cible), et avec quel bénéfice concret pour le client (solution claire à un problème réel). La proposition de valeur doit être la plus simple possible et être conçue en se mettant à la place du client et de ce qu'il peut percevoir.

- **Utilisez efficacement les outils internet** : pas besoin d'un site complet et complexe pour démarrer une activité mais il faut soigner la *landing page* avec un message clair et si possible un *call to action* intégré (un bouton ou un message qui incite le visiteur à effectuer une action spécifique, comme un achat, une inscription, un téléchargement).
- **Recourez aux plateformes de vente gratuites** : Letzshop, LinkedIn, Google My Business, ou des marketplaces spécialisées (voir aussi le Guide pratique de la Chambre de Commerce consacré au [e-commerce](#)).
- **Testez plusieurs messages** : sur les réseaux sociaux et pour votre promotion, en changeant l'angle d'approche. Ce n'est pas toujours le produit qui est mal compris, mais la façon dont vous en parlez.
- **Créez du contenu utile** : articles, posts, tutoriels... pour montrer à vos clients que vous les comprenez avant même de vouloir leur vendre quelque chose.
- **Offrez vos services à prix réduit ou gratuitement au début** : ce conseil, surtout valable pour les entreprises tech – mais les autres peuvent proposer des échantillons ou tests gratuits- permet en effet de tester à grande échelle le produit, d'atteindre rapidement une masse critique, de récolter des données (retour et avis d'utilisateurs, témoignages, etc.) et un effet de bouche à oreille. Ces données seront précieuses pour convaincre les clients suivants. Un premier client satisfait peut devenir un ambassadeur.
- **Collaborez avec d'autres entrepreneurs** : proposez des offres croisées ou des recommandations mutuelles.
- **Mesurez et ajustez** : testez vos actions, gardez ce qui fonctionne, éliminez le reste.

Pour aller plus loin

La House of Training propose toute une panoplie de formations en lien avec la gestion de la [relation client](#) .