Blabla de forêt n°4

Est-ce pertinent de poster sur les réseaux sociaux pour travailler avec des institutions ?

Hello les Crakitas ! Hello les Crakitos !

Nouvelle journée de marche matinale avec Max. Comme vous le voyez, il y a un peu moins de forêt aujourd'hui, mais c'est toujours sympa.

Aujourd'hui, je vais répondre à une question que m'a posée Ça suffit les conneries sur Threads. Il y en avait plusieurs, mais je vais commencer par celle-ci :

« Est-ce que créer du contenu cinq fois par semaine quand on cherche à travailler avec des institutions, c'est pertinent ? »

Cette question rejoint aussi celle de la prospection en fonction de ses ambitions.

La plupart de mes clients sont soit des institutions, soit de grosses agences, soit de grandes entreprises : ETI, multinationales, etc.

Et je vais vraiment vous donner mon avis personnel, basé sur mon expérience avec ce type de clients.

Publier sur les réseaux ne déclenchera généralement pas l'achat

Pour travailler avec ce genre d'entreprises et les prospecter, **poster sur les réseaux sociaux n'est pas ce qui va déclencher un achat.**

Cela peut aider. Cela peut confirmer une impression. Mais cela ne sera généralement pas le déclencheur. Et ce sera même assez rarement le moyen par lequel ces entreprises vont vous trouver.

Max, en avant ! On ne va pas à la forêt aujourd'hui, on va à la rivière.

Donc je disais : vous le savez, je le répète souvent sur Threads, **le réseau reste pour moi le meilleur moyen de prospection auprès de ce type de clients.**

Pourquoi le réseau est-il si important ?

Parce que les personnes qui travaillent dans ces grandes institutions et chez ces gros clients ne sont pas naïves.

Elles savent très bien que leur entreprise dispose de moyens financiers importants. Elles savent également que beaucoup de prestataires veulent leur faire dépenser cet argent.

Elles ont aussi généralement un niveau d'exigence élevé.

Quand une entreprise atteint une taille importante et génère des millions, voire des milliards d'euros, ce niveau de réussite s'accompagne souvent de processus, de standards et d'attentes particulièrement élevés.

Cela signifie qu'une grande quantité de prestataires cherchent à travailler avec elles.

Et parmi ces prestataires, certains peuvent également chercher à profiter de leur capacité financière.

Quand on est décisionnaire dans une grande entreprise ou une grande institution, il existe donc une vraie vigilance sur **la qualité du prestataire avec lequel on envisage de travailler.**

Et cette vigilance dépasse la simple compétence professionnelle.

Les décideurs cherchent aussi à savoir qui vous êtes

Il peut également y avoir des interrogations sur votre posture et vos motivations :

- Est-ce que cette personne vient vers nous pour les bonnes raisons ?
- Est-ce qu'elle cherche simplement à ajouter le nom de notre institution à son CV ?
- Est-ce qu'elle possède réellement le savoir-faire dont nous avons besoin ?
- Est-ce qu'elle veut véritablement apporter ses compétences ?
- Est-ce qu'elle sera capable de délivrer ce qu'elle promet ?

C'est pour cela que ces organisations sont souvent particulièrement prudentes dans le choix de leurs prestataires.

Elles ne vont généralement pas se dire :

« Tiens, je vais regarder Instagram et choisir quelqu'un parce qu'il fait des posts sympas. »

Elles vont beaucoup plus souvent passer par leur réseau. Parce qu'elles ont **besoin de recommandations.**

Elles veulent être rassurées sur le fait que telle personne sera capable de délivrer ce qu'elle a promis, notamment parce qu'elle l'a déjà fait pour une autre organisation, entreprise ou institution.

C'est pour cette raison que, selon moi, le réseau est extrêmement important lorsqu'on souhaite travailler avec de grands comptes ou des institutions.

Les réseaux sociaux servent davantage de « reputation check »

En revanche, une fois qu'elles ont entendu parler de vous ou qu'une personne vous a recommandé, ces organisations peuvent tout à fait aller consulter vos réseaux sociaux.

Mais elles vont davantage les utiliser pour effectuer ce que j'appellerais un reputation check.

Elles vont chercher à vérifier :

- qui vous êtes ;
- les sujets dont vous parlez ;
- votre niveau d'expertise ;
- votre manière de vous exprimer ;
- vos prises de position ;
- et éventuellement si vos valeurs ou vos comportements peuvent poser problème.

Par exemple, elles peuvent vouloir vérifier que vous ne tenez pas publiquement des propos racistes, homophobes ou incompatibles avec les valeurs de leur organisation.

Et, dans ce cas, elles peuvent même s'intéresser davantage à vos réseaux personnels qu'à vos réseaux professionnels. Parce qu'elles savent très bien que sur LinkedIn, par exemple, les prises de parole sont souvent davantage contrôlées.

Elles peuvent donc chercher votre compte Facebook, Twitter ou d'autres espaces plus personnels pour voir ce que vous y racontez réellement.

Avoir des prises de position n'est pas nécessairement un problème

Pendant des années, j'ai été très active sur Twitter. J'y ai raconté des choses personnelles et j'y ai également été très engagée, notamment sur les sujets féministes.

Cela ne m'a jamais empêchée de travailler.

J'avais des clients et des agences qui me suivaient directement sur Twitter. Il m'est même arrivé de voir des personnes travaillant chez de gros clients ou dans des institutions liker certains de mes posts, y compris des publications assez énervées sur certains sujets.

Eux-mêmes ne pouvaient parfois pas forcément se permettre de tenir publiquement ce genre de propos.

Donc oui, vos futurs clients peuvent aller regarder ce que vous faites et ce que vous racontez.

Après, il faut simplement assumer vos prises de parole et savoir si elles sont compatibles ou non avec les personnes et organisations avec lesquelles vous souhaitez travailler.

Cinq publications par semaine ne remplaceront pas le réseau

Pour moi, la meilleure manière de prospecter ce type d'institutions reste donc le réseau.

Vous pouvez évidemment publier quelques contenus professionnels sur les réseaux sociaux. Cela ne sera pas négatif, bien au contraire : cela peut renforcer votre crédibilité et rassurer quelqu'un qui vient vérifier votre profil.

Mais ce n'est pas le fait de publier cinq fois par semaine qui déclenchera l'achat.

« Bonjour ! »

Le matin, on croise plein de gens et, dans mon coin, quand on croise quelqu'un, on lui dit bonjour.

J'ai vraiment vu la différence un jour où je me promenais avec ma mère vers Lyon, qui est une beaucoup plus grande ville. On disait bonjour aux gens et certains nous regardaient bizarrement, du genre : *« Mais pourquoi ces deux personnes nous disent bonjour ? »*

Et nous, on était plutôt là : *« Mais pourquoi ils ne disent pas bonjour ? »*

C'est vraiment un truc de petite ville. En même temps, on croise souvent les mêmes personnes chaque matin, donc au bout d'un moment, on les connaît au moins de vue.

Bref ! J'espère que cela vous a aidé.

Si vous voulez que je précise davantage comment prospecter de grandes entreprises ou des institutions, n'hésitez pas à poser vos questions dans les commentaires ou sur Threads. Cela me permettra d'affiner mes réponses.

En attendant, je vous souhaite une bonne journée.

Bye bye !