

## ÉTUDE DE CAS

# Générer des prospects pour de nouveaux partenariats avec Loov Organic

Dans la présente étude de cas, nous souhaitons illustrer l'expérience de l'un de nos clients afin de décrire la manière dont nous avons généré de nouveaux clients potentiels sur les marchés américain et britannique.



## Client

Notre client est la célèbre marque de produits biologiques et de superaliments Loov Organic (autrefois connue sous le nom de Loodusvägi). Son objectif était de trouver de nouveaux partenaires d'exportation actifs sur le marché américain ou britannique. L'entreprise souhaitait poursuivre son expansion en dépit de la pandémie de Covid-19.

## Défi

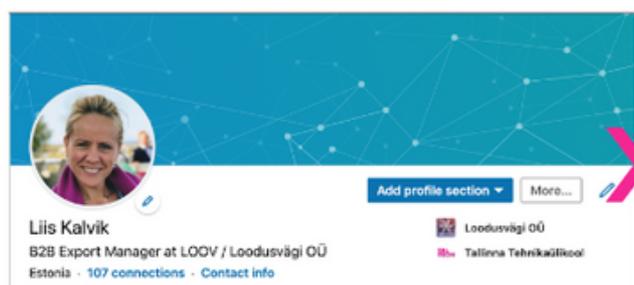
La pénétration réussie d'un nouveau marché présente généralement de nombreuses contraintes et nécessite un temps considérable. Avant de nous contacter, Loov Organic avait eu recours aux contacts des salons professionnels et au marketing par courriel en vue d'identifier des partenaires sur de nouveaux marchés. Au début de l'année 2020, la décision de libérer le potentiel de LinkedIn en collaboration avec notre équipe a été prise.

## Solution

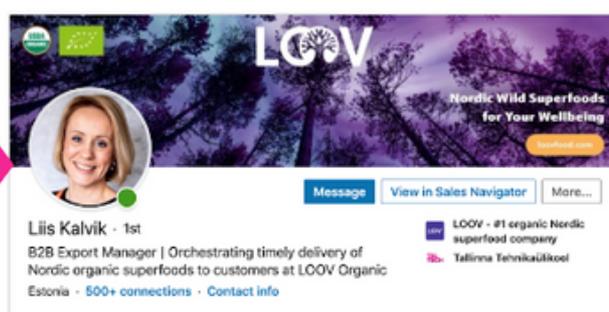
Nous avons entamé le processus de prospection de partenaires en analysant les profils LinkedIn de l'entreprise elle-même ainsi que ceux de l'ensemble des employés. En fonction du groupe cible, nous avons **professionnalisé** les profils de Loov Organic et de ses représentants. Nous avons converti des profils dénués d'image de marque ou de contenu stratégique en **profils LinkedIn Expert absolu**, clairs et convaincants.

Découvrez le profil de Liisi en cliquant [SUR CE LIEN](#).

### Avant



### Après



Nous avons ensuite établi une nouvelle stratégie de génération de prospects répondant aux besoins de notre client. Nous avons dressé le profil du client idéal pour Loov Organic qui, en fonction de l'importance de l'entreprise concernée, ciblerait soit les propriétaires d'entreprises fabriquant des vitamines et des compléments alimentaires, soit les chefs de produit ou les responsables des achats.

En choisissant les mots clés adéquats et en utilisant l'outil Sales Navigator de LinkedIn, nous avons pu identifier 100 000 contacts potentiels sur le seul marché américain.

Après avoir localisé les contacts adéquats, nous avons rassemblé des messages stratégiquement conceptualisés destinés à approcher les prospects potentiels.

## Résultats

En à peine deux mois, nous avons réussi à développer le réseau international de représentants commerciaux de Loov Organic sur LinkedIn de 149 à plus de 800 personnes.

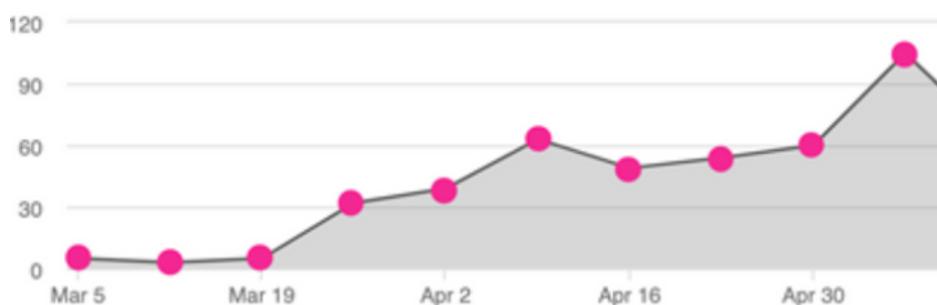
Grâce à nos efforts de génération de prospects, pour le seul premier mois, nous avons constaté que le taux de réponses aux messages envoyés pour le compte des représentants commerciaux de Loov Organic atteignait 40 % sur le marché britannique et 20 % sur le marché américain.



Pour le deuxième mois, forts de nos expériences du premier mois, nous avons été en mesure d'affiner notre profil de client idéal. Nous avons ainsi pu améliorer davantage les résultats. Désormais, le taux de réponse s'élève à 51 % au Royaume-Uni et à 25 % aux États-Unis.

## En deux mois, notre client a obtenu 86 prospects intéressés par ses produits.

En outre, le nombre de visites sur les profils des représentants commerciaux de Loov Organic a considérablement progressé. Contrairement au début du mois de mars où les profils des représentants commerciaux recevaient environ 2 à 4 visites hebdomadaires, ce nombre a dépassé les 100 visites à la fin du mois d'avril.



## Résumé

Outre plusieurs prospects, les représentants commerciaux de notre client ont réussi à se constituer un vaste réseau de partenaires et de clients potentiels. Il leur sera ainsi beaucoup plus aisé d'obtenir les contacts souhaités dans d'autres pays pour de futurs projets d'expansion.

L'exemple de Loov Organic prouve que LinkedIn peut permettre de trouver à la fois des partenaires et des clients en adoptant une approche stratégiquement mesurée. Nous avons aidé les représentants commerciaux de Loov Organic à étoffer aussi bien la liste des clients que celle des partenaires de coopération, et à les rapprocher des décideurs au sein d'autres entreprises.

## Qu'en pense notre client ?

Grâce à B2B Growth, toute notre équipe d'exportation bénéficie de profils hautement attractifs et professionnels. Et il s'agit de la carte de visite principale, capitale, que les futurs partenaires commerciaux potentiels consulteront en priorité.

La campagne LinkedIn a également été couronnée de succès. Je recommande vivement de mener une campagne LinkedIn pour une période d'au moins 2 mois consécutifs, et de consacrer suffisamment de temps à cet objectif dans votre agenda personnel. Au départ, la dynamique s'installe lentement, car les mots clés les plus pertinents se dévoilent progressivement. Mais dès le deuxième mois, ma correspondance quotidienne avec de nouveaux clients potentiels était telle que j'ai dû adapter mon agenda initial. Toutes les interrogations que nous avons au départ ont été levées avec rapidité et précision.

Nous poursuivrons assurément notre coopération avec B2B Growth, car il s'agit d'une solution particulièrement efficace et pratique qui facilite l'acquisition de nouveaux clients sans pour autant se déplacer.



**Liis Kalvik**

responsable des exportations B2B | LOOV Organic OÜ

 [LinkedIn](#)

# À propos de nous

Chez B2B Growth, nous sommes une équipe diversifiée, issue de différentes régions du monde et possédant une grande variété d'expériences personnelles. Mais notre état d'esprit est commun - nous souhaitons mettre à profit nos connaissances et nos expériences afin d'aider d'autres entreprises à se développer, ce qui nous permettrait de grandir avec elles. Chaque membre de l'équipe apporte son savoir-faire spécifique afin de renforcer notre passion commune pour le partage des meilleures pratiques.

**Si vous souhaitez obtenir de tels résultats, contactez-nous !**

✉ [mariliis@b2bgrowth.fr](mailto:mariliis@b2bgrowth.fr)

☎ [+33 7 50 32 23 83](tel:+33750322383)

🌐 [LinkedIn](#)