

Cas pratique utilisé pendant la Masterclass



TechnoVert

TechnoVert, une start-up spécialisée dans les solutions de **gestion et de valorisation des déchets** pour les entreprises.

Responsable commerciale

Marie DUPONT

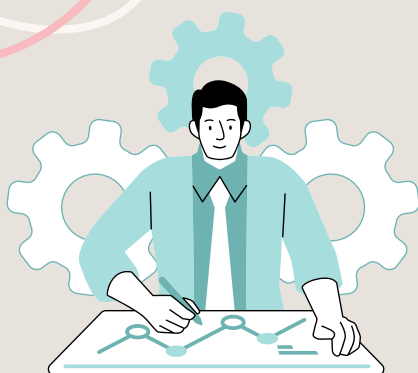


Objectif

Développer la clientèle de TechnoVert dans le **secteur de l'hôtellerie**

Solution

"EcoSmart" : Système intelligent de gestion et de valorisation des déchets pour les hôtels.



Résultat (Bénéfices)

- Réduction de **40%** du volume des déchets
- Économies de **30%** sur les coûts de gestion des déchets
- Renforcement de l'**image de marque** écoresponsable

Canal de prospection

Détection de décideurs hôteliers et création d'opportunités commerciales via **LinkedIn**.



Persona cible de TechnoVert



Quel est son profil ?

- Directeur/trice d'hôtel
- Responsable développement durable
- Secteur hôtellerie
- France

Ses Motivations

- Réduire les coûts liés aux déchets
- Respecter les obligations environnementales
- Améliorer la performance RSE de l'établissement
- Renforcer l'image écoresponsable de l'hôtel



Ses défis majeurs

- Gaspillage alimentaire important
- Coûts de collecte et de traitement élevés
- Respect des obligations de tri des déchets
- Mobilisation du personnel autour des bonnes pratiques



Définissez votre Persona cible



La définition du **persona** constitue le **point de départ** de toute démarche de prospection.

C'est à partir de cette définition que découleront toutes les actions de prospection et de génération de leads sur LinkedIn, à commencer par l'**optimisation de votre profil**.

Critères	Questions à poser
Profil	Qui est-il ? Quel rôle occupe-t-il ? Quelle taille d'entreprise ?
Contexte	Dans quel environnement travaille-t-il ? Quelle est sa pression quotidienne ?
Défis	Qu'est-ce qui l'empêche d'avancer ? Quelles erreurs veut-il éviter ?
Objectifs	Que cherche-t-il à améliorer, gagner ou sécuriser ?
Motivations	Pourquoi agir maintenant ? Qu'est-ce qui déclenche l'achat ?
Freins	Pourquoi hésite-t-il ? Quelles objections a-t-il ?
Comportements	Où se renseigne-t-il ? Qui influence sa décision ?
Critères	Sur quoi compare-t-il les offres ? Prix, simplicité, preuve, Support, ROI ?
Messages	Quels arguments le font réagir ? Quels mots éviter ?