

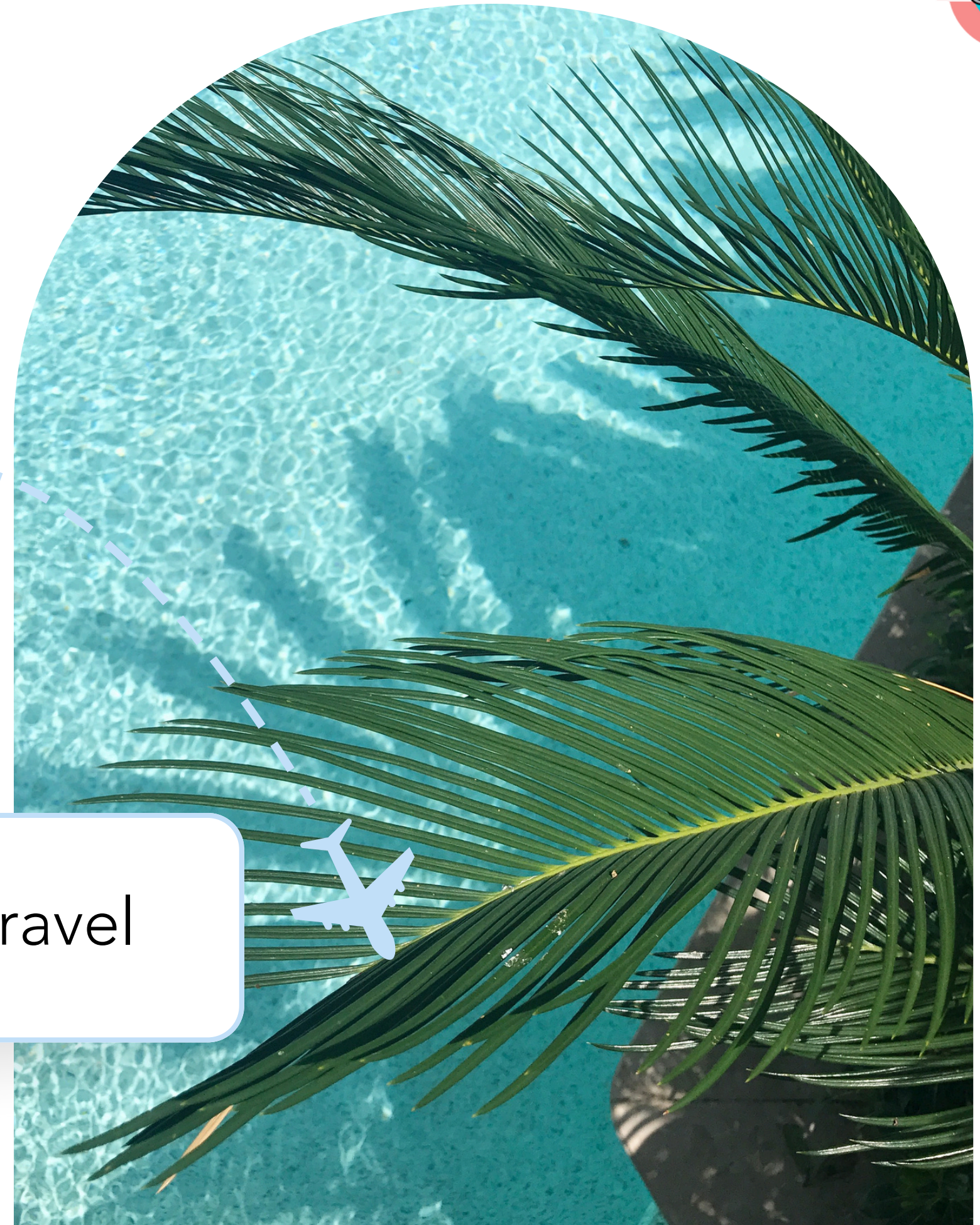


Les techniques de prospection

Sarah Defrère

2026

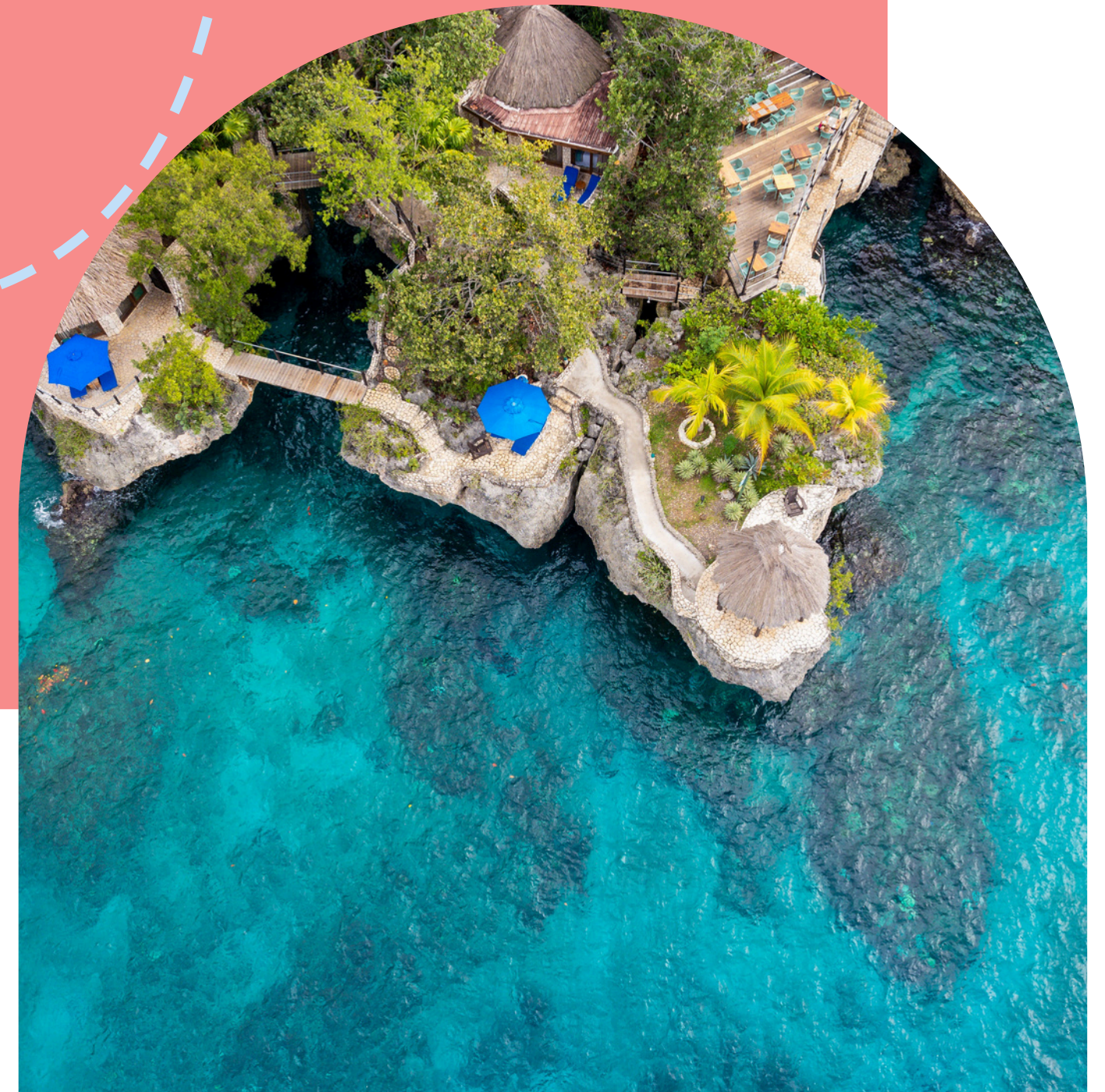
Gaspard Travel





Sommaire

- 01 La liste des 100
- 02 Réseaux sociaux
- 03 Prospection en DM
- 04 Publicité papier
- 05 Evénements
- 06 Présentations à domicile
- 07 Street marketing**
- 08 Networking





Introduction

Objectifs

L'objectif est de générer des contacts qualifiés, créer de la confiance et enfin obtenir des rendez-vous.

L'idéal est de mixer plusieurs canaux pour créer un flux régulier de contacts, sans dépendre d'une seule méthode.

Toutes les techniques se valent...

À toi de choisir celles qui correspondent à ta personnalité

La règle d'or : prospection en 2 étapes

1. Créer le contact (rencontre, DM, QR, réseau...)
2. Assurer le suivi (c'est là que tout se joue)



7

Street Marketing

À quoi ça sert ?

Le street marketing sert à créer des contacts locaux rapidement, surtout si :

- tu veux sortir de tes réseaux habituels,
- tu vises une zone précise (ville/quartier/événement),
- tu veux générer des scans QR / messages entrants.

Objectif : déclencher une action (scan / contact), ne pas convaincre directement dans la rue.



7

Street marketing

1) *Formats de street marketing (simples)*

- Distribution ciblée de cartes / flyers avec QR code
- Mini présence "point fixe" (sortie d'un événement, zone passante autorisée)
- "Micro-activité" : questionnaire rapide, tirage au sort, mini quiz
- Affichage autorisé (panneaux / commerces partenaires)



7

Street marketing

2) Où ça marche le mieux ?

- Sorties d'événements (marché, salon, sport, école)
- Zones commerciales (avec autorisations si nécessaire)
- Lieux où ta cible circule : bien-être, sport, famille, centres-villes
- Parkings/sorties d'enseignes (si accord/partenariat)

➔ Le lieu fait 80% du résultat.



7

Street marketing

3) Comment cibler (pour éviter "au hasard")

Pose-toi 2 questions avant de choisir un spot :

1. Qui je veux toucher ? (âge, style de vie, centres d'intérêt)
2. Où passe-t-elle naturellement ? (routine réelle)

Exemples :

Mamans → activités enfants / écoles / clubs

Indépendantes → coworkings / instituts / événements business

60+ → marchés / événements communaux / associations



7

Street marketing

4) *Le support qui convertit*

- Message ultra court (1 bénéfice)
- QR code visible + phrase : "Scanne pour recevoir les infos"
- Identité claire (prénom + réseau + ville)

✓ Une carte simple > un flyer rempli



7

Street marketing

5) Méthode de terrain (3 étapes)

Avant

- définir un objectif : "20 scans" / "10 contacts"
- choisir un lieu + un créneau (1h suffit)
- préparer support + QR (idéalement traçable)

Pendant

- sourire + phrase simple + donner le support
- ne pas retenir les gens, rester légère
- repérer les "curieuses" (elles posent des questions)

Après

- noter le nombre distribué + scans / contacts
- relancer les entrants rapidement
- ajuster le lieu/message si faible retour



7

Street marketing

6) Règles & prudence (important)

- Respecter les autorisations / règles locales
- Rester polie, non insistante
- Si on sent du rejet : on passe, on ne force jamais



7

Street marketing

7) Erreurs fréquentes

- distribuer partout = aucun ciblage
- message flou (on ne comprend pas l'intérêt)
- pas de QR / pas de suivi
- oublier de mesurer (on ne sait pas si ça marche)
- vouloir "pitcher" trop longtemps (fatigue + rejet)



Merci !

Pour votre attention

2026

Gaspard Travel

