



1. CONTEXTE

Le salon professionnel international Inpho Venture Summit est organisé par la CCI de Bordeaux et réunit les acteurs majeurs du hardware : grandes entreprises, start-ups et investisseurs du monde entier.

À chaque édition, le salon gagne en envergure. En 2019, les organisateurs avaient une ambition claire : attirer les entreprises et les investisseurs les plus importants et influents du monde entier.

2. PROBLÉMATIQUE

Pour renforcer la dimension internationale de l'évènement, l'enjeu était de toucher des prospects du monde entier grâce à une prospection digitale, tout en se concentrant sur les acteurs les plus influents uniquement.



3. MÉTHODOLOGIE

De l'analyse préalable jusqu'au déploiement de la prospection digitale, les équipes intento> ont collaboré main dans la main avec la CCI Bordeaux Gironde.

- a. Intento> a initié l'accompagnement commercial par une **étude approfondie de la cible** de du salon, les points d'impacts et le type de connexion des cibles pour optimiser les résultats de prospection.
 - b. Nous avons ensuite identifié **3000 contacts**, répartis par listes : un ou plusieurs individus à convaincre dans chaque entreprise ciblée.
 - c. Nos experts intento> ont alors imaginé une **stratégie de prospection digitale** efficace, en misant sur le réseau social LinkedIn et l'envoi de cold email.
 - d. La prospection a été simplifiée grâce à **l'application intento>** qui permet de piloter les différents scénarios de contacts, configurer des alertes lorsque les cibles manifestent un intérêt pour l'évènement et suivre les performances des actions en temps réel.
-

4. MISE EN PLACE DE LA PROSPECTION

Pour accompagner l'évènement Inpho Venture Summit dans son changement d'échelle, nous avons opté pour une méthodologie qui a fait ses preuves : partir d'une analyse fine des cibles commerciales, pour en tirer une stratégie en plusieurs scénarios de prospection digitale.

L'équipe intento> a procédé par étapes :

- Etude préalable de la cible et des points de contacts ;
- La création de listes de contacts ;
- L'élaboration de scénarios par cold email ;
- L'élaboration de scénarios de prospection LinkedIn ;
- Le lancement de la prospection automatisée via l'outil intento>.

5. LA PROSPECTION EN QUELQUES CHIFFRES

Sur LinkedIn ou par email, la prospection digitale a permis plus de 2000 ajouts de contacts pertinents, sur 3000 identifiés comme cibles commerciales, et 6000 interactions qualifiées.

Alors que la relance téléphonique présente un taux de transformation très bas, et qu'une prospection LinkedIn non automatisée peut être longue et fastidieuse, cette campagne digitale a été un véritable succès immédiat.



Intento> nous a accompagné tout au long de la création et du déploiement de l'évènement Inpho Venture Summit.

Grace à eux nous avons pu obtenir de très nombreux leads, mais aussi contacter de nouveaux speakers et visiteurs internationaux qui nous ont permis de rayonner sur les 5 continents.

Audrey Durand, Event producer, Inpho Ventures