

COMPTE RENDU REUNION 2 RESEAU BC TRAJECTOIRE

DATE : 06 MAI 2022

LIEU : VISIO – ZOOM

PRESENTS : Sophie Digne (Rennes Sud - Janzé), Marie Barbier (St Malo), Julie Serieys (Rennes Mairie), Audrey Corbet (Dinan), Muriel Bougourd (Morlaix), Bernard Cessieux (St Briec), Caroline Jeaneau Rosec (Plougastel-Daoulas), Marine Ruffault (Rennes Sud), Gaëlle Esnault (Rennes St Jacques - Janzé), Frédéric Pinto (Quimperlé)

ABSENTS EXCUSES : Stéphanie Pirra (Vannes), Sophie SOURDIN (Rennes centre)

ORDRE DU JOUR

1. **Présentation des « nouveaux » de l'équipe**
2. **Point des chiffres de l'activité Trajectoire depuis le début de l'année**

Depuis le 1^{er} janvier 2022 : 52 contacts, dont 32 bilans signés à date, taux transformation à presque 65%.

3. **Tour de table de vos questions**

- a. Le développement de l'équipe : Quelle taille de l'équipe pour la suite ? la sécurisation pour les consultants déjà en place ?
Réponse : en 2022 on stabilise et pas de vocation d'augmenter le nombre de consultants pour le moment. Pas de démarche active de notre part en tout cas pour intégrer de nouveaux consultants. Pour les contacts : pas d'engagement sur la mise en relation, chacun doit faire sa communication en complément de nos actions BC Trajectoire.
- b. Quelle est la spécificité de BC Trajectoire, comment je vends BC Trajectoire ?
 - i. La colonne vertébrale d'un BC est toujours la même – on est tous pareil sur les 3 étapes principales puisque c'est encadré par un cadre légal. Ça rassure le client.
 - ii. Ce qui fait la différence : le profil de la personne qui accompagne et les outils utilisés.
 - iii. Écouter le besoin du client et s'adapter dans le discours pour y répondre au moment de la vente
 - iv. Des outils de coaching, une méthode miroir, une méthode qui s'adapte à chacun (voir l'article KESKISPASS)
 - v. Nous ne mettons pas les personnes dans des « cases », méthode ouverte
 - vi. Donner si besoin des contacts de personnes que vous avez déjà accompagnées avec le bilan Trajectoire pour que la personne puisse prendre des références.



Idées :

- Inclure des commentaires libres dans l'évaluation à chaud
- Créer une adresse BC Trajectoire via Google
- Inclure une page / info sur les sites internet de chacun (voir Ogami / RHC² / Phisoé...)

c. Dans la méthode, il y a beaucoup de temps sur la connaissance de soi, la partie enquête métiers est courte pour certains profils : à travailler en atelier d'échange de pratique.

4. Feed-back de Julie et Audrey sur leurs ressentis : elles ont toutes les deux mené au moins un bilan Trajectoire jusqu'à son terme.

Julie : bilan qui est valorisant, réaliste et met en sécurité la personne accompagnée.

Audrey : cœur de notre BC c'est notre expertise, notre capacité à écouter, reformuler, faire l'effet miroir, donner confiance.

5. Échange de bonnes pratiques autour de la communication, ou comment récupérer des contacts : point sur ce qui est lancé de notre côté et tour d'horizons de vos idées et suggestions !

- Bernard : peu d'actions directes pour le moment, plutôt du bouche à oreille
- Audrey : 1) Diffusion sur les Réseaux Sociaux 2) Réseau professionnel type BNI
- Caroline : 1) sur mon site internet, 2) Réseaux Sociaux, 3) newsletters mensuelles
- Julie : 1) page Trajectoire sur mon site internet, 2) Réseaux Sociaux S, 3) bouche à oreille 4) flyer et cartes de visite auprès de prescripteurs (psy en particulier)
- Marine : peu de com directe pour le moment, un peu sur les Réseaux Sociaux, RDV avec la DRH de mon ancienne entreprise, envie d'aller voir des prescripteurs (par ex CEP ou médecine du travail)
- Frédéric : 1) Réseaux Sociaux S 2) réseaux pro et associations locales, 3) distribution de flyers dans les boîtes aux lettres
- Gaëlle : 1) Réseaux sociaux , 2) article lettre communale 3) site internet, 4) carte de vœux 5) en parle avec ses clients 6) bouche à oreille
- Muriel : 1) flyer 2) Réseaux Sociaux 3) conférence ou atelier à la CCI 4) entreprises en directes et à venir experts comptables



Ce qui a été fait par BC Trajectoire :

- Un article « KESKISSPASS » bientôt relayé sur Rennes Business
- Le référencement payant, mais cela ne marche pas pour le moment
- Mise en place des comptes Lk, FB et Insta : diffusions courtes à venir, pour partager – idée créer l'intérêt et faire aller sur le site.
- RDV de présentation de nos activités auprès de DRH de nos réseaux.
- Activer le vivier de vos « anciens » clients ceux que vous avez accompagné en formation, en coaching....)



Idées :

- **Aller voir les prescripteurs et vos réseaux de connaissances directes** : anciens employeurs, clients dans le portefeuille, médecine du travail, DRH de vos carnets adresse, le CEP publics, associations locales, cabinets médicaux, cabinets d'expert comptables
- Demander aux clients comment ils nous connaissent / par quel biais de com ils arrivent pour mesurer l'impact de notre com.
- Se faire inviter dans les réseaux et en parler
- « Semer » les flyers
- Si article sur RS, indiquer le lien de votre site et si possible celui de Trajectoire
- Faire des conférences et parler de l'activité de bilan de compétences

6. Liste des thématiques et arrêt d'un calendrier pour les échanges de pratique

Rythme : mensuel ou bi-mensuel – 12h-14h au début avec Marie/Sophie, puis après en mode partage de pratique.

1. Le primo entretien
2. La première séance
3. La synthèse
4. L'IKIGAI
5. L'arbre de vie professionnel
- 6. Un atelier par carnet pour redérouler toute la méthode ?**

A voir :

1. Intégration de bc trajectoire dans mon site internet
2. Contacter des prospects (idées-Actions)
3. Parler de bc trajectoire spécifiquement

Un calendrier des prochaines thématiques vous sera proposé très prochainement.

7. Administratif & carnets

- Rappel sur la disponibilité des documents MAJ : **à utiliser dès mise en ligne – les anciens modèles sont à supprimer dès diffusion des nouvelles versions. Les BC déjà entamés avec les anciens modèles n'ont pas besoin d'être changé.**
- Les carnets : modifications en cours – une V2 sortira courant été 2022

A traiter par Marie et Sophie :

- L'équilibre des parties du Bilan - partie connaissance de soi / partie terrain. Que faire quand les clients ne sont pas prêts pour la partie enquête ?
- FAQ sur : Tous les dispositifs de financement (selon les publics) / exemples mails prospect / check liste des documents à conserver