

ATELIER Etendre le réseau professionnel / Prospection

Présents : La pêche, Le Sol Violette, La Pive, Le galais, Le Stück, Le Tissou, La Roue, La Doume, la Graine, Le Cairn.

Remarque générale : Les flux monétaires de consommation sont ridicules, ce sont les flux inter-entreprises qui sont significatifs ; on peut penser à un lien avec le système de barter (monnaie fondée sur le crédit inter-entreprises)

Comment faire un cercle vertueux dans le réseau de pros ?

- => Faire le lien entre producteurs / fournisseurs
- => Etudier et reconstituer des filières : qui est présent sur quel marché ? représenter des filières (pain, bière, etc.)
- => Ne pas rester que sur le flux de marchandises, on peut utiliser sur d'autres usages de prestations (impression, réparation, ...)
- => Encourager la réutilisation en salaire
- => Faire connaître les nouveaux pros aux adhérents et autres pros (qui peuvent trouver ainsi de nouveaux fournisseurs)
- => Centraliser les informations de contact auprès des pros

Recherche de nouveaux pros

- => Qui on vise ? Deux approches complémentaires : par secteur géographique et par filières
- => Trouver des infos sur les listes de prospects en lien avec nos adhérents - par exemple, les fournisseurs des Biocoop (réunion d'entreprises locales)
- => Faire des cartographies : placer les boucles de producteurs, distributeurs, transformateurs,
- => Cibler les nouveaux acteurs qui s'installent et ont besoin de visibilité

Convaincre

- => Que faire face à un refus d'un prestataire ? ne pas s'acharner, ne pas perdre d'énergie.
- = > Passer par les comptables (tiers de confiance des pros). Prendre contact auprès de l'Ordre des comptables et leur expliquer que c'est seulement 1 moyen de paiement.
- => Montrer les futurs adhérents, montrer que l'on connaît le réseau.
- => Les appeler pour leur dire "vous savez, on sera présent telle date, tel lieu" plutôt que solliciter un rdv
- => Faire des réunions groupées plutôt que individuelles (La Cigogne a fait de bons scores de cette façon
- => Inscrire leur adhésion sans cotisation immédiate et remettre leur engagement d'adhésion à plus tard ; mais pendant ce temps le nouveau pro sera affiché.
- => L'argument qui marche en cas de paiement numérique : les économies sur frais bancaires pour les virements en MLCC + gains de temps (immédiats) (Doume : les pros ont économisé 22000 euros en frais bancaires par rapport à la CB)

Développer le réseau d'adhérents, quelques idées

- Défiscalisation des cotisations : Puisque les MLCC ne peuvent être reconnues d'intérêt général, passer par le fonds SDH
- Passer par le CE d'une grosse entreprise et proposer de remplacer les bons cadeaux par de la monnaie locale
- Organiser des événements chez les nouveaux prestataires

- Utiliser le rôle des élus locaux sur accompagnement et développement local
- Une expérience de tour à vélo du territoire avec des étapes / animations a donnée de bons résultats
- Pour les pros : points fidélité et promotions en ML, à diffuser

Questions non résolues :

- Les bénévoles qui font le lien avec le prestataire, comment garder le lien quand les bénévoles changent ?
- Quelles alternatives aux frais de reconversion ?
- France Relance, via les CCI, donne de l'argent aux commerces qui vont dans le sens du développement durable : est-ce que la MLCC permet d'avoir des points ?

d'après les notes de Xavier Vitry