

Mastora

Sales Academy

Formateur intervenant : **Pierre-Luc NAUD**

MODULE 2.3 – PILOTAGE D'UN RÉSEAU DE PARTENAIRES

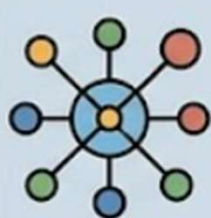
SESSION 1 :

Diagnostiquer, Cartographier & Sélectionner les Partenaires (4h)



DIAGNOSTIC

Analyse des besoins internes, Évaluation des ressources.



CARTOGRAPHIE

Identification des acteurs clés, Positionnement stratégique.



SÉLECTION

Critères de choix, Processus de qualification.

SESSION 2 :

Structurer, Cadrer & Animer la Collaboration (4h)



CADRAGE

Définition des rôles & responsabilités, Plan d'affaires commun.



ACCOMPAGNEMENT

Transfert de compétences, Support opérationnel.



ANIMATION

Communication régulière, Événements de réseau, Challenges.

SESSION 3 :

Piloter, Corriger & Sécuriser le Réseau (4h)



PILOTAGE

Calendrier de suivi, Suivi des objectifs.



INDICATEURS

Définition des KPI, Mesure de performance.



SÉCURISATION & ACTIONS

Gestion des risques, Conformité, Plan d'amélioration.

OUTILS : Guide d'Audit de Partenaire, Modèle de Charte de Réseau, Tableau de bord KPI automatisé, Matrice de Risques.

Module 2.3 — Pilotage d'un Réseau de Partenaires

Session 2/3 — Structurer, cadrer et animer la collaboration

Fil rouge : mieux servir les clients et **générer du business indirect**.
Aujourd'hui, on passe de l'identification à l'action concrète sur le terrain.



Reprise du Livrable 1

🕒 10 minutes d'échange

📖 Partagez votre cartographie

Qui veut présenter une de ses short-lists ? Quels partenaires ont été identifiés ?

⚠️ Difficultés rencontrées

Quels obstacles avez-vous rencontrés lors de l'exercice de cartographie ?

🎯 Trous dans la raquette

Quels angles morts ou manques avez-vous identifiés dans votre réseau actuel ?



Selon vous, qu'est-ce qui fait le plus souvent échouer un partenariat ?

- 1

mauvais choix initial

0%

0 
- 2

absence de cadre

0%

0 
- 3

manque de suivi

0%

0 
- 4

problème humain

0%

0 



Cliquez sur l'écran projeté pour lancer la question

Ce qu'on va faire aujourd'hui

Six axes de travail pour passer du réseau théorique au réseau qui génère du business :



Entrer en relation

Contacter les partenaires identifiés avec méthode



Cadrer la collaboration

Adapter le cadre selon la typologie du partenaire



Réflexes partenariats sensibles

Intégrer les bonnes pratiques sur les sujets à risque



Utiliser l'IA

Accélérer vos actions partenaires grâce aux outils IA



Animer dans la durée

Construire une logique d'animation régulière et structurée



Différencier selon le niveau

Adapter l'animation au niveau stratégique du partenaire

Rappel de la Logique : Sélectionner, Animer, Piloter

1

Session 1 — Sélectionner

Cartographie, scoring, short-list des partenaires prioritaires

2

Session 2 — Animer ← aujourd'hui

Prise de contact, cadrage, test, animation sur le terrain

3

Session 3 — Piloter

KPI, tableau de bord, actions correctives et ajustements

⚠️ ⚡ Un bon partenaire **mal onboardé** devient vite un mauvais partenaire. Le soin apporté à l'entrée en relation conditionne tout le reste.



Le Message Fondateur de la Session

Un partenariat ne se décrète pas — il se construit.

20% du travail

Choisir le bon partenaire

80% du travail

Construire une collaboration qui tient dans le temps

- ❏ La qualité du cadrage au démarrage détermine la qualité de la relation sur 2 à 3 ans. Le réseau ne tient pas par sympathie, mais par **clarté, exigence et régularité**.

Préparer Avant de Contacter



Avant d'appeler ou d'envoyer un message, avoir une réponse claire à **3 questions essentielles** :

1

Pourquoi ce partenaire ?

Quelle raison précise et différenciante justifie ce choix ?

2

Qu'est-ce que j'apporte ?

Quelle valeur concrète, quelle proposition tangible ?

3

Quelle est ma demande ?

Pas "faire connaissance" — trop vague. Une demande nette.



Un partenaire occupé accepte un rendez-vous s'il voit l'**intérêt immédiat**.

BLOC 1 — PRISE DE CONTACT ET DÉCOUVERTE

Les Canaux de Prise de Contact

Canal	Quand l'utiliser	Avantage
 Visite physique	Partenaire local, métier relationnel	Impact fort, mémorable
 Téléphone	Contact rapide, besoin urgent	Efficace, direct
 Email	Premier contact formel, dossier joint	Trace écrite, asynchrone
 LinkedIn	Sourcing à distance, partenaire B2B	Contexte professionnel
 Recommandation	Chaque fois que possible	Crédibilité immédiate

✅ La recommandation d'un tiers ouvre **80% des portes** qu'un contact à froid ne parvient pas à ouvrir.

BLOC 1 — EXEMPLE TERRAIN

Approcher un Jeune Notaire

Pourquoi cibler un jeune notaire ?

- Souvent **plus disponible**, moins saturé de sollicitations
- Cherche activement à **construire sa clientèle**
- Plus agile dans ses process, ouvert à la réciprocité

Comment l'approcher ?

- L'identifier via les **études récentes du secteur**
- Passer **physiquement à l'étude** pour se présenter
- Demander s'il accepte de nouveaux clients
- Proposer un **test sur une affaire simple**

☐ Cibler un partenaire "**disponible et ambitieux**" vaut souvent mieux qu'un partenaire "**installé et saturé**".

BLOC 1 — DÉCOUVERTE

La Découverte du Partenaire : Poser les Bonnes Questions

Au premier rendez-vous, écouter plus que parler. Six questions clés pour comprendre comment votre partenaire fonctionne vraiment :

Mode de travail

Comment aimez-vous travailler concrètement ? Quels délais habituels ?

Communication

Quel est votre canal de communication préféré ?

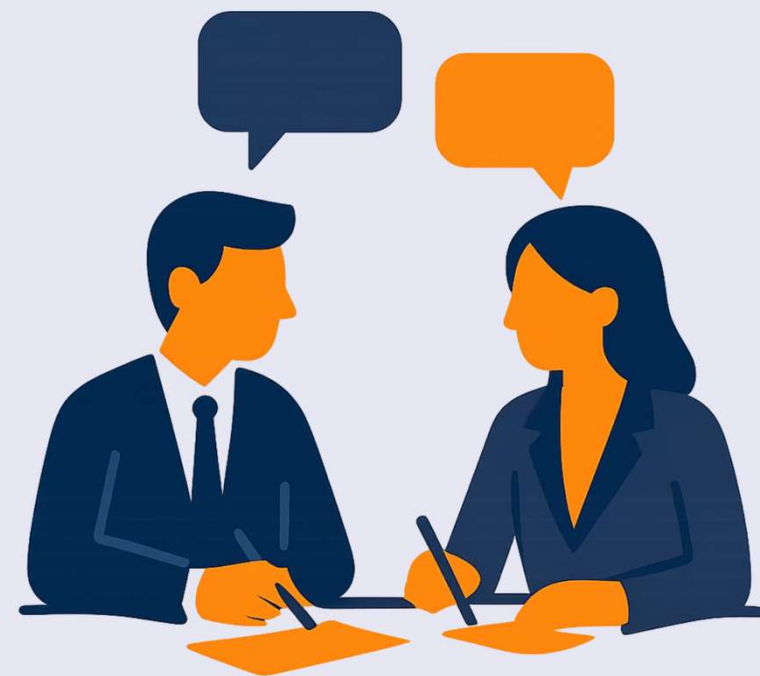
Types de dossiers

Quels dossiers vous conviennent ? Sur lesquels êtes-vous en difficulté ?

Attentes

Qu'attendez-vous d'un partenaire sérieux ?

 On ne découvre pas seulement un métier — on découvre un **mode de fonctionnement**.



EXERCICE PRATIQUE

Jeu de Rôle : Premier Rendez-Vous Partenaire



 **15 minutes — Par binômes en breakout rooms**

Scénario : vous contactez pour la première fois un courtier en crédit récemment installé dans votre zone.

 Tester les **3 questions clés** de la slide précédente dans votre jeu de rôle.

5 min

Préparation du pitch (rôle agent)

5 min

Jeu de rôle : 1 agent + 1 courtier

5 min

Inversion des rôles + debrief

Les 6 Points à Cadrer dès le Départ

Pour éviter **90% des tensions ultérieures**, ces six points doivent être clarifiés lors des premiers échanges :

1

Rôles et dossiers

Rôles respectifs et types de dossiers concernés

2

Communication

Canal de communication principal convenu

3

Délais

Délais de réponse mutuels attendus

4

Information

Niveau d'information et retour attendu sur chaque dossier

5

Qualité

Critères de qualité non négociables définis ensemble

6

Cadre financier

Modalités financières si apport d'affaires rémunéré

⊗ Ce qui n'est pas dit au départ devient **source de conflit** plus tard.

Quel flou crée le plus de problèmes au démarrage ?

① délais

0% 0

② rôles

0% 0

③ retours d'information

0% 0

④ qualité attendue

0% 0

Cliquez sur l'écran projeté pour lancer la question



BLOC 2 — CADRER LA COLLABORATION

Tester d'abord ou Formaliser d'abord ?

✓ On teste d'abord

Artisans, prestataires opérationnels, photographes, home stagers

La qualité s'évalue sur un **premier chantier concret** avant toute formalisation.

On formalise d'abord

Courtiers en crédit (obligation contractuelle), notaires (cadre déontologique), partenaires avec enjeu juridique ou réglementaire.

Le contrat précède la collaboration.

 Le cadre formel **protège les deux parties** — et pour certains métiers, il est obligatoire.

Le Partenaire Secondaire : L'Hygiène de Base



Ne jamais dépendre d'un seul partenaire critique

- Pour chaque corps de métier important, toujours avoir 1 **partenaire secondaire qualifié**
- Particulièrement vrai pour les artisans : ruptures fréquentes (rachat, changement d'équipe, surcharge)
- Le partenaire secondaire est **aussi qualifié**, simplement moins sollicité au quotidien



La continuité de service passe par la **diversification** des partenaires opérationnels.

BLOC 3 — PARTENARIATS SENSIBLES

Recommander Engage Votre Responsabilité

Votre crédibilité

Chaque recommandation engage votre réputation professionnelle auprès du client

Le cadre légal

Les règles se sont renforcées ces dernières années — l'ignorance ne protège pas

Le risque

Ne pas maîtriser le cadre, c'est un risque pour vous **ET** pour votre client

- ❑ Le sujet n'est pas de vous faire peur — c'est d'installer des **réflexes pro** sur un volet souvent négligé.



BLOC 3 — PARTENARIATS SENSIBLES

Les 3 Situations à Distinguer

Situation

👏 Recommandation **sans contrepartie**

📄 Apport d'affaires **rémunéré**

⚖️ Inter médiation **réelle**

Réflexe pro

Rester transparent avec le client, pouvoir justifier le choix du partenaire recommandé

Contrat écrit + transparence client + déclaration fiscale obligatoire

Vérifier si votre carte pro ou un mandat est requis par la réglementation

❌ Chaque situation a ses propres règles — **ne pas les confondre**. En cas de doute, consulter avant d'agir.

Les Pratiques à Bannir



✗ Commissions occultes

Toute rémunération non déclarée expose à des poursuites

✗ Recommandation intéressée cachée

Avantage reçu en échange d'une orientation non divulguée

✗ Conflit d'intérêt non divulgué

Toute relation personnelle ou financière avec le partenaire doit être déclarée

✗ Pression sur le client

Orienter un client sans lui laisser le choix constitue une faute professionnelle

✓ **Transparence + traçabilité** — ces deux mots résument la conformité professionnelle.

Pause



Reprise dans 10 minutes pour le Bloc 4 — IA appliquée au réseau de partenaires



Pourquoi l'IA est Utile sur Votre Réseau

L'IA ne remplace pas le relationnel — elle accélère le préparatoire.



Sourcer plus vite

Identifier plus large et plus rapidement sur un territoire



Préqualifier

Évaluer un partenaire avant même le premier contact



Produire des supports

Emails, présentations et communications en quelques minutes

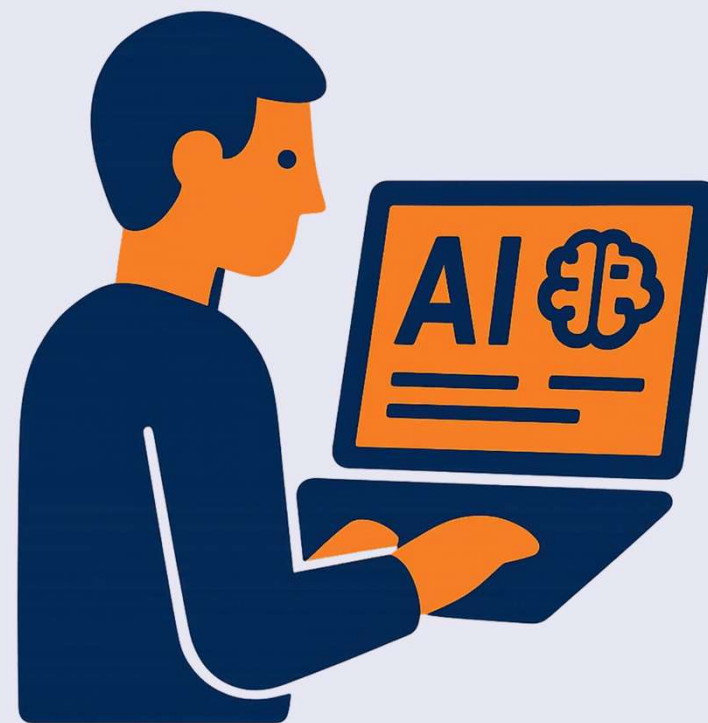


Automatiser

Relances, remerciements, suivis — sans effort répété



L'IA peut vous faire gagner **2 à 3h par semaine** sur votre pilotage partenaires.



BLOC 4 — IA APPLIQUÉE AU RÉSEAU

Cas d'Usage 1 : Sourcing et Préparation de RDV

Avant le contact, l'IA prépare le terrain

- Lister les acteurs d'un territoire (courtiers, notaires, artisans RGE)
- Comparer présence en ligne, avis clients, ancienneté
- Synthèse de l'activité du partenaire ciblé
- Générer une liste de questions pertinentes à poser

Exemple de prompt

"Je rencontre Maître Dupont, notaire à Courbevoie. Prépare-moi une fiche synthétique de son étude, ses spécialités apparentes, et 10 questions pertinentes pour un premier rdv partenariat."

 Arriver préparé à un rendez-vous **change radicalement la perception** qu'a le partenaire de votre sérieux.

BLOC 4 — IA APPLIQUÉE AU RÉSEAU

Cas d'Usage 2 : Génération de Supports de Communication

Produire en minutes ce qui prenait des heures. L'IA transforme 2h de rédaction en 15 min d'itération et validation.



Prise de contact

Emails personnalisés selon le profil et le métier du partenaire ciblé



Mailings partenaires

Vœux, actualités, opportunités — envoyés au bon moment



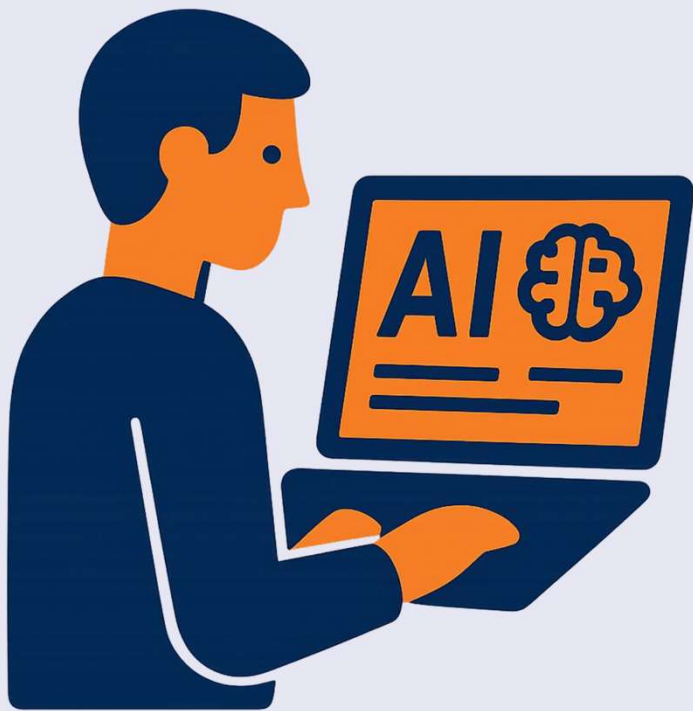
Posts LinkedIn co-brandés

Mettre en avant le partenaire tout en renforçant votre visibilité



Comptes-rendus & synthèses

Après chaque RDV, une synthèse partenaire propre et traçable



SESSION 2 — PILOTAGE DU RÉSEAU DE PARTENAIRES

Points de vigilance sur l'usage de l'IA

L'IA est un accélérateur puissant — mais elle ne remplace ni votre jugement, ni votre responsabilité professionnelle.

Ce qu'il faut vérifier systématiquement

Actualité des informations

Les données produites par l'IA ne sont pas toujours à jour — vérifiez systématiquement via le site web, le RCS ou un appel direct.

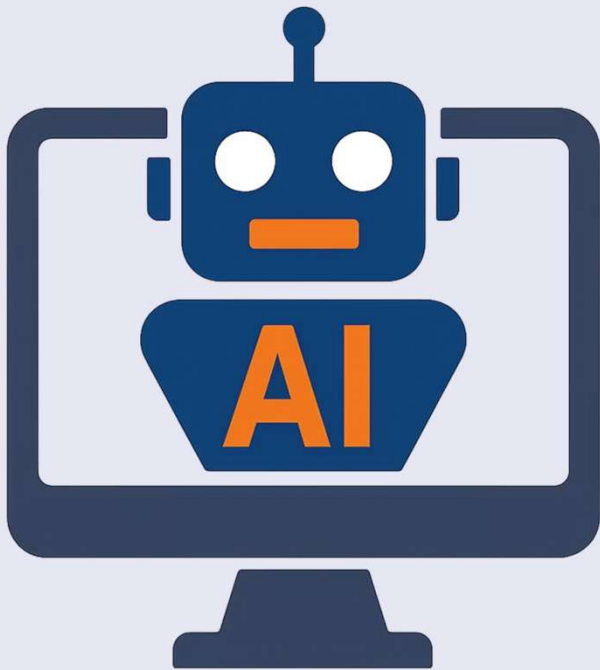
Relecture et personnalisation

Tout email ou support généré doit être relu, adapté et personnalisé avant envoi. Un message 100% IA détecté détruit votre crédibilité.

Confidentialité des données

N'injectez jamais de données confidentielles clients dans une IA publique. Respectez les règles de votre organisation.

 **Message clé :** L'IA accélère — vous décidez et vous validez.



EXERCICE LIVE — 15 MIN

Atelier IA en pratique

Seul ou en binôme, utilisez Claude, ChatGPT ou votre outil habituel.

Consigne de l'atelier

1

Identifier 3 partenaires potentiels

Dans votre zone, sur un corps de métier manquant dans votre réseau actuel.

2

Générer un email de prise de contact

Pour l'un des partenaires identifiés — tonalité professionnelle, objet clair, appel à l'action.

3

Préparer 5 questions pour le premier RDV

Questions ouvertes, orientées découverte du partenaire et de ses attentes.

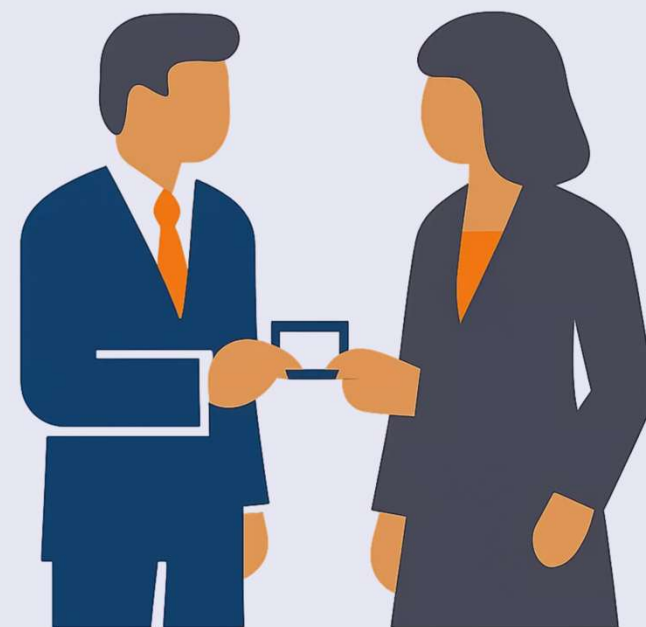


Mise en commun — 5 min : 2 à 3 volontaires partagent leur résultat et les apprentissages.

BLOC 5 — ANIMER LE RÉSEAU DANS LA DURÉE

Sans animation, le partenariat meurt

Un partenariat non entretenu suit une trajectoire prévisible : de l'enthousiasme initial à l'inertie totale.



Les 3 stades de dégradation

1

Mois 1–3 : énergie du démarrage

Tout roule, les échanges sont fréquents, la motivation est forte.

2

Mois 4–12 : baisse progressive

Les interactions s'espacent, la routine s'installe, les opportunités passent sans être saisies.

3

Au-delà : partenaire dormant

Contactable mais plus proactif — le partenariat existe sur le papier mais plus dans les faits.

 **Message clé :** Un partenariat se refroidit par inertie naturelle — l'animation est une nécessité, pas un bonus.

Le rythme minimum d'animation

Une hygiène relationnelle simple, mais **non négociable**.

Chaque mois

Un contact léger : SMS, café, visite de courtoisie, message LinkedIn.

Chaque trimestre

Un point business structuré avec bilan des leads et perspectives communes.

Chaque semestre

Un moment convivial : déjeuner, événement, afterwork professionnel.

Chaque année

Un bilan formel complet et une projection pour l'année à venir.

Diagnostic des besoins du partenaire

Chaque partenaire est différent. Identifier ses besoins réels évite les actions inutiles et renforce la relation.

 **Message clé :** Demandez à votre partenaire ce qui lui serait utile — ne supposez pas.

→ **Visibilité**

Il veut être mieux connu de vos clients et prospects.

→ **Compréhension de votre offre**

Il ne sait pas encore ce qu'il peut vous apporter.

→ **Process plus clair**

Il ne sait pas comment vous transmettre un lead ou un dossier.

→ **Outils et formation**

Il a besoin de supports ou de mise à niveau sur vos évolutions.

Les 4 leviers d'accompagnement



Formation

Initiez le partenaire à votre marché, vos outils et vos standards qualité.



Animation commerciale

Challenges conjoints, objectifs partagés, incentives croisés.



Outils et supports

Fiches produits, plaquettes co-brandées, argumentaires communs.



Co-marketing

Événements conjoints, publications partagées, présence sur vos supports.



Principe de réciprocité : Le partenaire qui reçoit plus qu'attendu devient fidèle.



L'événement partenaire : un levier puissant

Un événement thématique co-animé sert à la fois la fidélisation du partenaire et l'acquisition de nouveaux clients.

Exemples d'événements à fort impact



Évolution des taux de crédit

Co-animé avec un courtier en financement.



Aides à la rénovation énergétique

Avec un conseiller France Rénov' — sujet très porteur.



DPE et valeur verte

Avec un diagnostiqueur immobilier agréé.

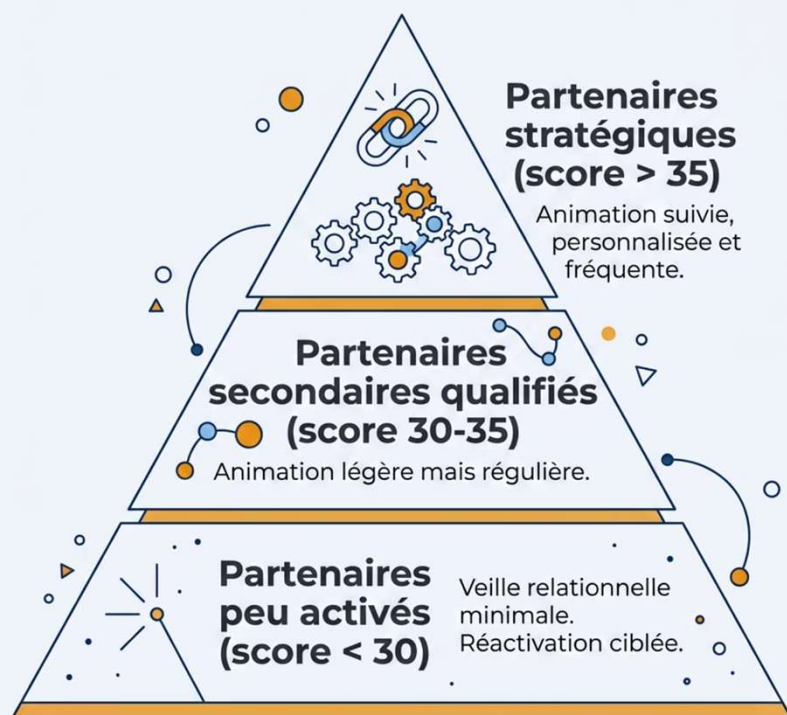


Investissement locatif et fiscalité

Avec un fiscaliste ou conseiller en gestion de patrimoine.

- i Double bénéfice :** Mettre en avant le partenaire (fidélisation) **ET** attirer des clients potentiels sur un sujet expert (acquisition).

Différencier l'animation selon le niveau stratégique



Partenaires stratégiques (score > 35)

Animation suivie, personnalisée, fréquente — rendez-vous structurés et événements communs.

Partenaires secondaires (score 30–35)

Animation plus légère mais régulière — maintien du lien, points ponctuels.

Partenaires peu activés (score < 30)

Veille relationnelle minimale — présence discrète, réactivation ciblée.



Message clé : On n'anime pas tout le monde pareil — sinon on dilue son énergie.

Exemple de rythme annuel d'animation



✓ Un rythme prévisible est un rythme tenable.

Pour un courtier en crédit, on teste d'abord ou on formalise d'abord ?

① on formalise d'abord

0% 0



Cliquez sur l'écran projeté pour lancer la question

② on teste d'abord

0% 0

Quel est le rythme minimum d'animation d'un partenariat actif ?

① Semestriel

0% 0

② Mensuel

0% 0

③ Trimestriel

0% 0

Cliquez sur l'écran projeté pour lancer la question



L'IA remplace-t-elle la relation partenaire ?

① Oui, clairement

0% 0



Cliquez sur l'écran projeté pour lancer la question

② non, elle l'accélère en amont

0% 0

BLOC 6 — ATELIER FINAL

Mini-plan d'accompagnement partenaire

Choisissez un partenaire prioritaire issu de votre short-list session 1 et répondez aux 5 questions suivantes.

01

Pourquoi ce partenaire est-il prioritaire ?

02

Que doit-il comprendre de vous pour bien collaborer ?

03

De quoi a-t-il besoin pour mieux travailler avec vous ?

04

Quel cadre devez-vous clarifier avec lui ?

05

Quelle première action concrète allez-vous mettre en place ?



Mise en commun — 5 min : 2 à 3 volontaires partagent leur mini-plan.

Votre mission avant la session 3

Livrable intermédiaire 2 — Plan d'actions d'accompagnement

Pour chacun des 3 à 5 partenaires de votre short-list :

→ **Diagnostic des besoins du partenaire**

→ **Actions d'accompagnement**

Au moins 1 par levier pertinent identifié.

→ **Ressources mobilisées**

Temps, budget, outils disponibles.

→ **Rythme annuel d'animation**

→ **1 événement à organiser**

Dans les 6 prochains mois.

📄 **Format : Template Excel fourni — Temps estimé : 30min**

Template fourni — Session 2

Un second template Excel vous sera partagé à l'issue de la session.

Onglet 1

Diagnostic des besoins par
partenaire

Onglet 2

Plan d'actions d'accompagnement

Onglet 3

Rythme annuel d'animation



Exemples pré-remplis : 1 cas transaction + 1 cas gestion-location, en continuité du template session 1.

Les 5 messages clés de la session 2

1 Le choix est 20%, la structuration est 80%

Un partenariat se construit — l'intention ne suffit pas.

2 Ce qui n'est pas cadré devient un problème

Clarifiez les règles du jeu dès le départ.

3 Transparence et traçabilité

Ce sont les deux piliers de la conformité sur les partenariats sensibles.

4 L'IA accélère, vous gardez la main

Elle prépare et produit — vous décidez et vous validez.

5 L'énergie suit le niveau stratégique

On n'anime pas tous les partenaires pareil.

Session 3 — Piloter la performance et sécuriser le réseau

La prochaine session abordera la dimension **pilotage et durabilité** de votre réseau de partenaires.



Calendrier annuel structuré

Construire un plan d'actions cohérent sur 12 mois.



Bons KPI selon la typologie

Définir des indicateurs adaptés à chaque niveau de partenariat.



Tableau de bord simple

Suivre la performance sans complexité inutile.



Plan de continuité du réseau

Sécuriser et pérenniser votre réseau sur le long terme.



Merci et à la prochaine session

Questions & échanges

Ce moment est pour vous — partagez vos questions et retours librement.

Template 2 partagé

Le fichier Excel vous sera transmis à l'issue de la session.

Bon courage

Pour la réalisation du livrable intermédiaire 2 — à remettre avant la session 3.