

GR[©] **international**
Réseautage d'affaires

Renouvellement et rétention

Un monde, un réseau,
une famille !

RAISONS: Irrecuperable

Raisons	Alternatives possibles
Mortalité ou maladie grave	Voir la succession de l'entreprise
Changer d'emploi ou de titre	Obtenir des références de la part d'un collègues du même endroit ou sur son nouvel emploi
Entreprise fermée, n'existe plus	Dossier clos
Le groupe à été fermé	Voir une relocalisation possible.
Déménagé dans un endroit où nous n'avons pas de réseau	Déplacer dans un B ou régional ou démarrer un groupe à cet endroit

RAISONS: Récupérable

Raisons	Réponses aux objections
Promesses ou offre non tenu de GR ou ancien réseau	Voir si les promesses tenues sont maintenant respectées ou possibles. Passer le cas au service à la clientèle et partager le cas à la direction de GR international
Pas d'argent ou moins d'argent	Plan de financement généralement disponibles en paiement par carte de crédits. Consultez votre gestionnaires ou la direction de GR international au besoin. Se rapporter à Lyne Racette pour conseil.
Pas de place dans un groupe.	Voir pour un groupe B ou encore régional. Il y'à toujours de la place pour un prospect c'est garanti!
Pas de résultats, pas de références	Comprendre pourquoi il n'a pas eu de 'ROI ' souvent le membre peut dire cela mais il ne s'impliquait pas. Si une personne dit cela il faut comprendre son secteur d'activité et un tel cas à sûrement été vécu, Est-ce qu'elle à avisée le représentant des membres? Proposé un Marketing +, une ressource existe pour aider ce membre.
Manque de temps	Déplacer régional ou groupe B pour le moment. Ne perds pas son statut, ses crédits GR, son ancienneté, les offres et avantage de nos membres et partenaires. Il peut ré intégrer un siège exclusif par formulaire de transfert.
Conflit d'horaires	Lui offrir un autre temps de rencontre, voir peut être rencontre virtuelle. Voir pour lui un autre groupe et en dernier recours à déplacer temporairement régional ou groupe B
Pas à l'aise dans son groupe	Voir à la possibilité d'un transfert et cela gratuitement
Pas satisfait du service de GR, ou de notre personnel	Le référé au formulaire de service à la clientèle
Déménagé dans un endroit ou nous n'avons pas de réseau	Déplacer régional, groupe B ou démarrer un groupe à cet endroit

RAISONS: Récupérable

Raisons	Réponses aux objections (TOUJOURS AJOUTÉ AU SUIVI)
Trop de clients, trop de business	L'offre de passé régional ou groupe B est une option. En restant avec GR il garde ses privilèges et GR devient alors pour lui plus un support pour ses besoins plus que la recherche de clients
Fait partie d'un autre groupe d'affaires	Nous offrons la possibilité de racheter le terme de TOUT contrat à un autre réseau de gens d'affaires à 100% en temps d'adhésion chez GR international ou voir avec la direction GR une promotion possible. On ajoute le temps à son adhésion.
Pas à l'aise avec un membre du CA ou encore direction de GR	Première étape est de discuter avec son représentant des membres, après le gestionnaire de district et ultimement le formulaire de service à la clientèle. Documenter un dossier dans l'intranet
Manque d'implication des membres du groupe ou CA	Aviser le Gestionnaire de district, voir si les principes de nos enseignements sont respectés, s'aider des outils de formations disponibles. Il faut en aviser la direction de GR afin de voir si nous pouvons supporter une telle situation.
Gens négatifs ou pommes pourries	Les règles sont claires et nous expulserons tous membres qui à une attitude négative ou qui contamine le groupe. À la base une telle situation est gérée par le CA en premier lieu, suivi du gestionnaire de district et au besoin en aviser la direction de GR et documenter dans l'intranet

LA COMPÉTITION

- Aujourd'hui le monde est très compétitif comparé à celui de 2010
- Les réseaux sociaux sont maintenant une compétition en soi
- La compétition peut être différente d'une région ou pays à un autre

Chambre de commerce

Nous ne considérons pas la chambre de commerce comme un compétiteur et même participons avec un plusieurs chambres de commerces. La menace pour eux vient du fait qu'un membre paye une adhésion, comme nous. Les CC défendent les enjeux politiques et économiques d'une région. Notre mandat est plutôt de voir à la prospérité de nos membres dans l'ensemble de notre réseau par une formule UNIQUE et INNOVATRICE de réseautage. En tant qu'OBNL les CC ne peuvent pas offrir la qualité et la diversité de notre offre de service.

BNI (Première competition)

Une formule très rigide mais tout de même très bien structuré. Elle a su s'adapter avec le temps à la technologie et mettre à jours sa présence en ligne. BNI empêche ses membres de faire partie de GR mais cela est inconstitutionnel. Une formule beaucoup plus couteuse, exigeante (référencement, présence) et qui fonctionne par chapitre ou le référencement DOIT être fait uniquement qu'entre les mêmes membres d'un chapitre. Le fait d'offrir notre formule non seulement dans un groupe mais dans une région complète et à l'international nous démarquent largement de cette entreprise. BNI ne s'est jamais ré inventé dans sa formule de réseautage, ce qui pourrait être un large avantage pour GR INTERNATIONAL

L'état de la personne en utilisant l'intranet de GR

- Établir la couleur et le stade de la personne avec votre suivi
- Le statut flamme doit être visé pour tous les clients
- Les couleurs représentés sont les mêmes que l'intranet GR

Flamme	Stade très positif/ Urgent a signer	Ils sont mûrs pour signer ou renouveler leurs adhésions. Ils sont une priorité, aucunes raisons de les échapper
Vert	Stade positif	Tout va bien assurez-vous de bien suivre les procédures d'enregistrement ou renouvellement
Jaune	Stade moyen hésitant	Il manque un incitatif. Assurez-vous d'avoir bien compris le besoin du client. Regardez bien les suivis dans le dossier du client et ses crédits peut-être disponible à son dossier
Rouge	Stade négatif	Si vous avez fait en votre possible référer à une personne plus expérimentée dans la direction de GR ou d'une équipe de vente GR. Ne perdez pas votre temps si rien ne semble possible. Il ne faut tout de même pas abandonner trop rapidement.

Ligne du temps du renouvellement-
Couleurs = importance
Rouge = important (critique)
Orange = transition à rouge ou jaune
Jaune = attention particulière
Vert = Aucune action urgence

- Applicable aux formules suivantes et types de membres
- Sièges exclusifs

Cycle membre		Plan d'action et suivi (N'oubliez pas d'ajouter des suivis dans l'intranet GR)
6 à 4 mois avant	Vert	Voir pour un second siège? Peut-il nous référer? Passer à un niveau supérieur? Promotion GR en cours pour lui?
3 mois avant	Jaune	Analyser ses présences, références et implications dans le groupe
2 mois avant	Jaune	Dernière analyse des présences, références et visiteurs du membre. Trouver une manière de référer le membre pour son 'ROI'. Connaître le désir de renouvellement via l'analyse ou par source externe.
1 mois avant	Orange	Regarder le suivi du client, se renseigner au CA, voir si rabais applicables (crédits GR, rabais CA). Si le membre qui doit renouveler fait partie du CA s'assurer de le renouveler puisqu'il paie moins chers et le remplacement de son poste au besoin. Voir que les engagements du membre sont remplis (par exemple facture en attente, profils complétés, formation CA faite)
3 semaines avant	Orange	S'assurer d'avoir les bonnes informations du client, sa décision et envoyer via l'intranet le message pour la facturation du client. La facture sera envoyée entre 14 jours au client afin de se préparer à renouveler
2 semaines avant	Rouge	Le client reçoit sa facture. Confirmer la réception de celle-ci. Note intranet.
1 semaines avant	Rouge	Regarder dans l'intranet si le renouvellement est fait c'est que le client a payé
Inscription	Rouge	S'assurer que l'inscription est bien enregistré, que la facture est payée, que la date du renouvellement est conforme, informations et profil bien complétés
1 mois après	Jaune	Faire un suivi avec le client, voir si son profil est bien complété et sa satisfaction
3 à 6 mois après	Vert	Faire un contact avec votre client et prendre rendez-vous avec lui et explorer les opportunités avec lui. Tenir informer le client de ses opportunités par exemple les réseaux sociaux, donnez un avis 5 étoiles sur notre page Facebook et Google. S'assurer qu'ils reçoivent bien les communications que vous lui envoyé ou encore par GR INTERNATIONAL (infolettre et réseaux sociaux)
En tout temps	Vert	Invitez votre membre à rejoindre le groupe Facebook ainsi que la page Facebook de GR international. Expliquez lui l'avantage d'utiliser les réseaux sociaux, de commenter, de partager et d'aimer les publications de ses collègues.
En tout temps	Vert	Encouragez votre membre à participez aux événements, à visiter d'autres groupes, à s'impliquer dans le CA ainsi que les avantages que cela comporte. Il doit devenir un ambassadeur pour GR INTERNATIONAL et upgrader son adhésion si possible.
En tout temps	Vert	Participer à la réussite du membre en le jumelant avec des opportunités à travers le réseau, en le référant le plus souvent possible en lui proposant d'ajouter des offres promotionnelles sur la section des offres GR

Ligne du temps du renouvellement-

Couleurs = importance

Rouge = important (critique)

Orange = transition à rouge ou jaune

Jaune = attention particulière

Vert = Aucune action urgence

- Applicable à la formule suivante
- Siège régionaux

Cycle membre		Plan d'action et suivi (N'oubliez pas d'ajouter des suivis dans l'intranet GR)
6 à 4 mois avant		Est-il prêt à intégrer une formule avec siège exclusif, un groupe B? Peut-il nous référer? Passer à un niveau supérieur? Promotion GR?
3 mois avant		Analyser sa participation, références et implications dans les groupes via les Formstack. Est-ce qu'il participe aux nombreux évènements?
2 mois avant		Dernière analyse de l'implication du membre. Trouver une manière de référer le membre pour son 'ROI'. Connaître le désir de renouvellement via l'analyse ou par source externe.
1 mois avant		Regarder le suivi du client, il est possible qu'il ait été dans un groupe auparavant. Il a peut-être des crédits GR en banque. Poussez l'intégration au minimum à un groupe B avant le renouvellement et aura 2 mois de plus. Souvent les membres régionaux sont moins renseignés sur GR INTERNATIONAL. Le membre qui ne renouvellera pas perdra tous ses privilèges ainsi que son ancienneté.
3 semaines avant		S'assurer d'avoir les bonnes informations du client, sa décision et envoyer via l'intranet le message pour la facturation du client. La facture sera envoyée entre 14 jours au client afin de se préparer à renouveler
2 semaines avant		Le client reçoit sa facture. Confirmer la réception de celle-ci.
1 semaines avant		Regarder dans l'intranet si le renouvellement est fait c'est que le client a payé
Inscription		S'assurer que l'inscription est bien enregistré, que la facture est payée, que la date du renouvellement est conforme, informations et profil bien complétés
1 mois après		Faire un suivi avec le client, voir si son profil est bien complété et sa satisfaction
3 à 6 mois après		Faire un contact avec votre client et prendre rendez-vous avec lui et explorer les opportunités avec lui. Tenir informer le client de ses opportunités par exemple les réseaux sociaux, donnez un avis 5 étoiles sur notre page Facebook et Google. S'assurer qu'ils reçoivent bien les communications que vous lui envoyé ou encore par GR INTERNATIONAL (infolettre et réseaux sociaux)
En tout temps		Invitez votre membre à rejoindre le groupe Facebook ainsi que la page Facebook de GR international. Expliquez lui l'avantage d'utiliser les réseaux sociaux, de commenter, de partager et d'aimer les publications de ses collègues.
En tout temps		Encouragez votre membre à participez aux évènements, à visiter d'autres groupes, à s'impliquer dans le CA ainsi que les avantages que cela comporte. Il doit devenir un ambassadeur pour GR INTERNATIONAL et upgrader son adhésion si possible.
En tout temps		Participer à la réussite du membre en le jumelant avec des opportunités à travers le réseau, en le référant le plus souvent possible en lui proposant d'ajouter des offres promotionnelles sur la section des offres GR

Ligne du temps du renouvellement-
Couleurs = importance
Rouge = important (critique)
Orange = transition à rouge ou jaune
Jaune = attention particulière
Vert = Aucune action urgence

- Applicable à la formule suivante
- Partenaires

Cycle membre		Plan d'action et suivi (N'oubliez pas d'ajouter des suivis dans l'intranet GR)
11 à 6 mois avant	Jaune	Développer avec lui une stratégie pour l'accroissement de son adhésion corporative. Prendre le temps avec le membre corporatif pour bien connaître les opportunités de positionnement de celui-ci. Est-ce que l'offre du partenaire est bien en ligne et est-ce qu'il a un ROI? Avez-vous avisé les autres membres et vos groupes de ce nouveau partenariat? Selon le type de partenariat organisé un évènement VIP ou l'invité à visiter les évènements VIP. Voir pour la commandite ou organisation d'un évènement. L'invité comme partenaire à un Salon des marchands GR.
3 mois avant	Jaune	Analyser ses présences, références et implications dans les groupes. Est-ce qu'il bénéficie au maximum de son partenariat?
2 mois avant	Jaune	Dernière analyse de l'implication du membre. Trouver une manière de référer le membre pour son 'ROI'. Connaître le désir de renouvellement via l'analyse ou par source externe.
1 ½ mois avant	Rouge	Regarder le suivi du client. Il a peut-être des crédits GR en banque. Important de prendre un peu plus de temps pour prévoir le renouvellement et s'il a des crédits GR et ou offre de promotions GR en cours. Voir pour upgrade de son partenariat.
1 mois avant	Rouge	S'assurer d'avoir les bonnes informations du client, sa décision et envoyer via l'intranet le message pour la facturation du client. La facture sera envoyée environ 1 mois avant le renouvellement au client afin de se préparer à renouveler
2 semaines avant	Rouge	Le client reçoit sa facture. Confirmer la réception de celle-ci.
1 semaines avant	Rouge	Regarder dans l'intranet si le renouvellement est fait c'est que le client à payé
Inscription	Rouge	S'assurer que l'inscription est bien enregistré, que la facture est payée, que la date du renouvellement est conforme, informations et profil bien complétés
1 mois après	Jaune	Faire un suivi avec le client, voir si ses profils son bien complété et sa satisfaction.
En tout temps	Vert	Invitez votre membre à rejoindre le groupe Facebook ainsi que la page Facebook de GR international. Expliquez lui l'avantage d'utiliser les réseaux sociaux, de commenter, de partager et d'aimer les publications de ses collègues.
En tout temps	Vert	Encouragez votre membre à participez aux évènements, à visiter d'autres groupes, à s'impliquer dans le CA ainsi que les avantages que cela comporte. Il doit devenir un ambassadeur pour GR INTERNATIONAL et upgrader son adhésion si possible.
En tout temps	Vert	Participer à la réussite du membre en le jumelant avec des opportunités à travers le réseau, en le référant le plus souvent possible en lui proposant d'ajouter des offres promotionnelles sur la section des offres GR

GR INTERNATIONAL
Une grande famille

Augmentez vos
résultats!