

En ce qui concerne la présentation des références, deux logiques sont constatées à ce jour.

1. Les *grandes entreprises* ont tendance à présenter leurs références vers la fin de leur présentation. Il est vrai qu'elles disposent en général d'une notoriété plus grande que les petites entreprises ; de ce fait, des messages plus importants sont à faire passer avant.
2. Nous conseillons aux *petites entreprises* de présenter leurs références relativement tôt dans leur présentation. En effet, les petites entreprises suscitent souvent la méfiance des acheteurs (« Sont-elles crédibles ? Ont-elles déjà fait leurs preuves ? »), et donc ces blocages doivent être levés rapidement.

À l'inverse, pour une grande entreprise connue, la présentation générale n'est pas utile. Les références seront donc présentées en fin de présentation.

### ATTENTION

Citer comme référence un concurrent de votre client n'est pas toujours vendeur !

### EXEMPLE

Si vous annoncez que vous travaillez déjà avec France Télécom, votre interlocuteur de Bouygues Télécom pourra y voir un avantage ou un inconvénient : si vous travaillez avec le premier, vous connaissez bien le marché des télécommunications et vous serez donc à même d'aider plus facilement le second ; mais qui dit que vous ne fournirez pas au premier, même sans le vouloir, des informations sensibles découvertes chez le second ? Cette vision peut paraître paranoïaque, mais elle est très fréquente dès lors que vous citez des concurrents « frontaux ».

Dans notre exemple ci-dessus, le marché des opérateurs de télécommunications est occupé par peu d'entreprises qui se concurrencent, ce qui appelle d'autant plus à la prudence dès lors que vous intervenez sur des sujets sensibles. La plupart des marchés ne font pas l'objet d'une telle guerre entre entreprises désignées. En effet, par exemple, la société Webtique qui a déjà fourni le site web du journal *Le Monde*, pourra sans trop de crainte citer cette référence à la revue *Modes et Travaux*, cette dernière revue n'étant pas un concurrent frontal du célèbre quotidien.

Par ailleurs, n'oubliez pas que pour citer une référence de société cliente, vous avez intérêt à avoir obtenu l'autorisation préalable de l'entreprise citée, au moins pour des raisons de bonne entente commerciale. Dans la pratique, cela est souvent complexe.

Dans les grandes entreprises clientes, il est parfois difficile de cerner la personne habilitée à vous donner cette autorisation. Par conséquent, nombre de sociétés citent des références « sans laisser de traces écrites » (à l'oral).