Marketing | Relation Client | Négociation | Vente

PROSPECTER ET SE DEVELOPPER

En résumé

Apprenez à structurer une prospection commerciale efficace pour gagner de nouveaux clients. Cette formation vous aide à cibler vos prospects, organiser vos actions, réussir vos entretiens, relancer efficacement et fidéliser durablement.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- Formation à la stratégie et au plan d'actions marketing et commerciales PAC.

Durée
2 jour(s) / 14 heure(s)

Effectif
De 2 à 8 stagiaires

Tarif
1305 € NET

Code RNCP / RS
NA

Référence
NA

À qui s'adresse la formation ?

Public

Responsables, commerciaux, ingénieurs d'affaires, KAM Dirigeants d'entreprise et créateurs d'entreprise

Prérequis

Cette session ne nécessite aucun prérequis particulier

Objectifs

Connaître et utiliser les outils de prospection adaptés pour développer son fichier de prospects, acquérir et fidéliser de nouveaux clients
Maîtriser les techniques de communication, de relance et de fidélisation
Déterminer ses cibles, sa stratégie d'approche et préparer son plan d'actions de prospection

Programme

Préparer la prospection
– Définir ses objectifs, ses cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise
– Mettre en place un plan d'action de prospection, établir et respecter son planning
– Sourcing et recherche de prospects : recherche de fichiers, les sources (internes, externes), constitution d'une base de données, la segmentation, analyse, segmentation et tests
– Préparer son argumentaire en fonction des cibles abordées
Organiser sa prospection
– Développer l'efficience commerciale
– Les temps d'une prospection performante
– Planifier les étapes
Maîtriser les techniques de communication

– Développer les attitudes de création de réseau
– Par l'événement : les principes de l'action événementielle
– Les événements à distance : webinar
– Par le partenariat : les principes du gagnant- gagnant
– Par les outils du marketing direct
– Déceler les limites de chaque média de prospection

Sourcer les lieux, événements, interlocuteurs en lien avec son activité commerciale : workshop « générateur de contacts »

Réussir ses entretiens de prospection

– Se motiver dans la pratique
– S'entraîner aux différentes phases de l'entretien quelque soit le média de prospection : mises en situation

Acquérir les bonnes pratiques de la relance

– Choisir les temps de relance et organiser la relance en fonction des cibles
– Mettre en place la synergie des canaux de communication avec son prospect
– Savoir créer les opportunités de contact

Acquérir les bonnes pratiques de la fidélisation

– Les techniques pour fidéliser et leurs mises en œuvre

Méthodes pédagogiques

Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
– Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
– Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
– Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.
Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.
Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.