

Objectif global

Optimiser sa conquête clients et trouver de nouvelles opportunités commerciales !

Vous cherchez à conquérir de nouveaux clients ?

Des techniques faciles à mettre en place et efficaces existent !

De l'analyse de votre portefeuille à l'entretien avec votre prospect, cette formation vous donne tous les outils pour mener votre conquête commerciale. Parmi les objectifs : la mise en place d'une dynamique de prospection motivante et efficace, la détermination des cibles et la préparation son plan de prospection et la transformation de ses prospects en clients.



Public cible

Commerciaux et tous les professionnels concernés directement par une approche de prospection commerciale.

Tarif sur devis



Durée

2 jours (14 heures)

Prérequis

Avoir une expérience commerciale ou un projet en ce sens.

Méthodologie

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Compétences acquises

Être en capacité d'organiser son activité de prospection commerciale.

Agrandir son portefeuille clients.

Entretenir la relation avec les clients actuels et anciens clients.

Évaluation

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation sous forme de contrôle continu tout au long du parcours.

Supports pédagogiques

Le support de la formation sera remis aux apprenants par voie papier et/ou numérique.



Quiz en amont de la formation : ce quiz sera adressé aux stagiaires dans le but d'évaluer et questionner les connaissances, attentes, besoins des participants.

Quelle démarche suivre pour lever les résistances de son interlocuteur ?

Sans organisation, pas de prospection.

Analyser et hiérarchiser son portefeuille clients/prospects

Hiérarchiser l'existant / le potentiel de développement

Atelier individuel

Effectuer le mapping de son portefeuille

Boîte à outils

Typologies de clients

Exploiter les données client

Créer un bon fichier de prospection

Organiser sa prospection en fonction de son territoire commercial

Définir ses objectifs et priorités

Élaborer ses stratégies en fonction des groupes de son territoire commercial

Préparer des argumentaires percutants

Atelier : préparer des argumentaires percutants

Préparer au mieux sa prospection

Choisir son moyen de prospection :

- La prospection directe
- La prospection indirecte

Sélectionner les bons outils

E-mailing, téléphone, réseaux-sociaux, etc.

Obtenir des rendez-vous qualifiés

Réussir à franchir les barrages

Atelier

Rédiger un e-mail efficace, structurer un appel téléphonique et pratiquer le social selling

Prospecter avec le digital et pratiquer le social selling

Qu'est-ce que le social selling et l'inbound sales ?

Comprendre les nouvelles habitudes et attentes des clients et prospects

Maîtriser la notion de parcours client et de multicanal



Intégrer LinkedIn dans sa stratégie de prospection digitale

Atelier : optimiser son profil LinkedIn dans une perspective social selling

Réussir son entretien de prospection

Déterminer ses objectifs SMART

Cultiver un mental de chasseur

Séduire et convaincre son prospect : susciter une appréciation favorable et durable, communication non verbale, communication persuasive

Découvrir les besoins du prospect

Élaborer le scénario d'entretien

Focus : l'entretien en face à face et par téléphone

Traiter les objections et les cas difficiles

Élaborer le scénario d'entretien

Focus : l'entretien en face à face et par téléphone

Assurer le suivi et transformer le prospect en client actif

Atelier : imaginer sa routine quotidienne de prospection

Établir une relation à long terme

Créer l'envie chez son prospect

Construire un plan de prospection et établir un plan de relance

Boîte à outils : outils de suivi, techniques de relance

