

## 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

