

Prospection terrain initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Une première expérience dans une fonction commerciale et connaissance des produits de son entreprise est souhaitée	 Date	Voir convention
 Public	Commerciaux, chargé de prospection, assistants commerciaux et toute personne étant en contact avec la clientèle.	 Lieu	INTRA
 Intervenants	Formateur spécialisé dans la prospection commerciale	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Jeux de rôles et mises en situation.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Maîtriser les méthodes pour préparer et organiser sa prospection - S'organiser et obtenir des RDV ciblés chez les prospects - Mener efficacement votre premier entretien et développer vos ventes - Rendre efficace sa démarche pour atteindre son objectif - Gérer ses actions de prospection dans le temps et les mesurer

PROGRAMME

JOUR 1 :

Préparer la prospection

- Définir les objectifs, les cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de son entreprise.
- Recenser les typologies d'entreprises à contacter : recherche de fichiers, segmentation.
- Créer un fichier de prospects

Connaître les stratégies de prospection et leurs outils

- Le mailing
- Le téléphone
- La prospection directe
- Faire venir le prospect : les salons professionnels, les réunions prospects, les VIP

Préparer son argumentaire

- Prévoir les scénarios de prospection
- L'argumentation personnalisée (produit + client).
- Concevoir des documents et supports.
- Rendre cohérents les actions et les outils.

JOUR 2

Prospecter au téléphone

- Découvrir l'approche téléphonique
- Prendre RDV : techniques et méthodes
- Baliser les étapes de l'entretien

Apprendre à écarter les objections

- 5 façons de répondre aux objections
- Règles générales pour répondre aux objections.
- Comment les vaincre
- Quel comportement adopter face à un interlocuteur qui objecte
- Pourquoi l'interlocuteur objecte-t-il ? Les reformulations. Quand il faut dire non à un client.
- Parades d'objections les plus fréquentes rencontrées

Maîtriser la prospection physique

- Conduire un premier entretien
- Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure
- Démontrer sa capacité d'écoute du prospect pour favoriser sa

confiance

- Susciter l'intérêt d'un prospect : les stratégies de questionnements gagnantes
- Engager vers l'action : argumenter pour convaincre

La conclusion ou comment conclure la vente et obtenir la commande

- Surveiller l'attitude du prospect
- Amorcer la conclusion par un point de détail
- Règles à connaître concernant la phase finale de la vente
- Résumé des règles employées pour conclure la vente.

Exercer l'indispensable « suivi »

- Prévoir un suivi prospection : élaborer une liste de clients potentiels ; relancer téléphoniquement pour vendre ou reprendre RDV
- Suivre régulièrement les prospects
- Qualifier en performance les informations recueillies.