

PROSPECTER DE NOUVEAUX CLIENTS

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Organiser sa prospection : stratégie et objectifs

- Évaluer la dynamique de votre portefeuille clients/prospects.
- Analyse SWOT matrice ABC - matrice V2RS.
- Identifier vos pistes de développement commercial pour segmenter vos nouveaux clients cibles.
- Préparer une base de données pertinente (sélection fichiers ou CRM) :
- Se servir de l'IA pour enrichir vos contacts.
- Rédiger vos objectifs de résultats et définir les indicateurs de performances y compris RSE.

Maîtriser les techniques de prospection

- Bâtir des argumentaires structurés de prise de contact selon les cibles définies avec la technique SMACC.
- Rédiger vos emailings de confirmation de rdv et préparer vos plaquettes de présentation et documents utiles dans la logique du respect des indicateurs RSE.
- Conduire des entretiens téléphoniques structurés : barrage, accueil, l'écoute active, le questionnement, reformulation...prise de rdv. Développer les techniques fondamentales de la relation interpersonnelle.
- Capter l'attention et susciter l'intérêt avec un pitch clair, concret et concis.
- Communiquer de façon positive et assertive et installer un climat de confiance.

Adapter les outils à ses objectifs

- Identifier les différents canaux, moyens et outils les plus efficaces pour toucher vos cibles : marketing direct personnalisé, LinkedIn,
- IA, salon professionnel, club d'affaire, webinaire, parrainage et recommandations... Cultiver efficacité et efficience en prospection
- Comment tenir compte des lois du temps et de votre énergie : Pareto/ Parkinson /Pomodoro pour optimiser votre activité.
- Réunir toutes les conditions de réussite pour atteindre le «¼ d'heure magique» en prospection.
- Faire face aux situations difficiles sans se démotiver : clients désagréables... Savoir gérer l'exigence.
- Renforcer votre mental et gérer vos émotions : techniques de visualisation positive et respiration.

Suivre son activité

- Qualifier et nourrir sa base de données d'informations utiles pour personnaliser son suivi clients/ prospects dans une démarche éthique et RSE.
- Utiliser l'IA pour automatiser.
- Évaluer ses résultats en fonction des critères de performance définis en amont (KPI quantitatifs et qualitatifs).

Bâtir votre plan d'action en vue du suivi post-formation.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Ateliers participatifs de partage d'expériences
- Exercices pratiques sous forme d'études de cas
- Mises en situation et jeux de rôle suivi d'un retour d'expérience
- Entraînements

OBJECTIFS DE FORMATION

Organiser sa prospection : stratégie et objectifs.

Maîtriser les techniques de prospection.

Adapter les outils à ses objectifs.

Mettre en œuvre des actions commerciales ciblées.

Suivre son activité.

PUBLICS CONCERNÉS

Toute personne en charge de la prospection commerciale.

PRÉREQUIS

Aucun.

DURÉE

2 jours ou 14 heures +

1 heure de suivi par visioconférence à 45 jours du séminaire.

Accès à la plateforme Activ'learning.

INTERVENANT

Consultant en développement commercial,
15 ans de négociation commerciale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Tests d'évaluation avant/après

Remise d'une attestation de fin de formation