

Prospecter et gagner de nouveaux clients

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : PGN - Prix 2024 : 1 450CHF HT

Quelles méthodes pour organiser sa prospection et étoffer son portefeuille client ? Comment préparer ses scénarios d'appels, ses entretiens en face-à-face ? Quelles techniques de communication pour "accrocher" son interlocuteur ? Cette formation propose une démarche pragmatique pour mettre en œuvre votre prospection.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Maîtriser les méthodes utiles pour préparer et organiser sa prospection

Capter son interlocuteur par les techniques de communication rapide

Préparer ses scénarios et optimiser chaque prise de contact

Gérer ses actions de prospection dans le temps et les mesurer

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application au contexte et expériences des participants.

TRAVAUX PRATIQUES

Exercices s'appuyant sur les cas des stagiaires, autodiagnostic, mises en situation d'entretiens, jeux de rôle téléphoniques enregistrés.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 06/2021

1) Se préparer et s'organiser

- Faire l'état de son portefeuille actuel.
- Identifier les secteurs géographiques à prospecter.
- Recenser les typologies d'entreprises à contacter.
- Inventorier les outils.
- Créer un fichier de prospects.

Exercice : Diagnostic à l'aide de la matrice SWOT. Lecture ABC du portefeuille clients.

Construire le puzzle de la prise de rendez-vous client. Elaborer son plan de prospection et planifier les actions.

2) Apprendre à rendre un message intéressant

- Maîtriser les techniques de communication interpersonnelle.
- S'entraîner à la communication rapide : l'Elevator Pitch.
- Savoir se présenter.
- Observer son interlocuteur et pratiquer l'écoute active.

Mise en situation : "Elevator Pitch" : préparation d'un argumentaire condensé pour se présenter en deux minutes.

3) Elaborer ses argumentaires et ses outils

- Prévoir les scénarios de prospection.
- Définir et choisir les outils.
- Concevoir des documents et supports.
- Rendre cohérents les actions et les outils.

Exercice : Présentation des stratégies des participants.

PARTICIPANTS

Commerciaux, technico-commerciaux, chargés de prospection, assistants commerciaux.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

4) Prospecter au téléphone

- Elaborer ses scénarios d'appels.
- Préparer des arguments en fonction des profils prospects.
- Déclencher la prise de rendez-vous.
- Organiser et "timer" la prospection.
- Suivre son tableau d'indicateurs et analyser ses résultats.
- Faire de chaque entretien un entraînement.
- Développer sa résistance à l'échec.

Mise en situation : Entraînement aux situations de prospection téléphonique.

5) Mener des entretiens face-à-face

- Elaborer le scénario d'entretien.
- Dérouler les différentes phases de l'entretien.
- Réussir sa phase de découverte et d'argumentation.
- Mettre en valeur des preuves et des expériences.
- Anticiper un face-à-face improvisé.

Mise en situation : Mises en situation d'entretien face-à-face.

6) Argumenter et traiter les objections

- Comprendre le mécanisme des arguments performants.
- Préparer ses réponses à objections.
- Utiliser les objections pour étoffer ses arguments.
- Prévoir les parades aux objections.
- Dédramatiser la présentation du prix.

Mise en situation : Gérer les objections des clients en maintenant la relation.

7) Gérer son agenda

- Apprendre à créer un rythme de prospection.
- Maîtriser son agenda de prospection.
- Prévoir un suivi de prospection.

Exercice : Organiser son agenda de prospection par rapport au profil de la mission.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 08 juil., 10 oct.