

# Prospecter et se développer

VENTE, RELATION CLIENT, MARKETING - 2020

## La formation en résumé

*Bâtir une stratégie de prospection adaptée à chacune de ses cibles est primordial pour conquérir de nouveaux clients.*

### OBJECTIFS :

- Connaître et utiliser les outils de prospection adaptés pour développer son fichier de prospects, acquérir et fidéliser de nouveaux clients.
- Maîtriser les techniques de communication, de relance et de fidélisation.
- Déterminer ses cibles, sa stratégie d'approche et préparer son plan d'actions de prospection.

### PARTICIPANTS :

- Commerciaux, chargés de relation clients.
- Dirigeants d'entreprise.
- Toute personne chargée du développement commercial de l'entreprise.

### PRÉ-REQUIS :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier.

## LE PROGRAMME

### PRÉPARER LA PROSPECTION

- Définir ses objectifs, ses cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise
- Mettre en place un plan d'action de prospection, établir et respecter son planning
- Sourcing et recherche de prospects : recherche de fichiers, les sources (internes, externes), constitution d'une base de données, la segmentation, analyse, segmentation et tests
- Préparer son argumentaire en fonction des cibles abordées

### ORGANISER SA PROSPECTION

- Développer l'efficacité commerciale
- Les temps d'une prospection performante
- Planifier les étapes

### MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION

- Savoir écouter pour développer un climat de confiance
- Développer son questionnement
- Argumenter pour convaincre

### DÉVELOPPER DE NOUVELLES ACTIONS DE PROSPECTION

- Développer les attitudes de création de réseau
- Par l'événement : les principes de l'action événementielle
- Les événements à distance : webinar
- Par le partenariat : les principes du gagnant- gagnant
- Par les outils du marketing direct
- Déceler les limites de chaque média de prospection



**1 100 €**

Accès appli Hubble intégré  
(non assujéti à la TVA)



**2 jours** (14 heures)



Accès Mobile learning



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle piloter et organiser son activité commerciale

Cycle Maîtriser la fonction commerciale

Cycle Conquête et prospection  
de nouveaux clients / marchés

Cycle Mener une négociation commerciale

ÉCOLE PRATIQUE

formationpro@ecolepratique.com

04 91 14 26 80

ecolepratique.com

TÉLÉFORMATION  
SPÉCIAL COVID-19 | CONFINEMENT

Formations

**100%** À DISTANCE



Formations éligibles au nouveau  
dispositif FNE Formation renforcé

(Financement par l'État de la formation  
des salariés en activité partielle)

## SOURCER LES LIEUX, ÉVÉNEMENTS, INTERLOCUTEURS EN LIEN AVEC SON ACTIVITÉ COMMERCIALE : WORKSHOP « GÉNÉRATEUR DE CONTACTS »

### RÉUSSIR SES ENTRETIENS DE PROSPECTION

- Se motiver dans la pratique
- S'entraîner aux différentes phases de l'entretien quelque soit le média de prospection : mises en situation

### ACQUÉRIR LES BONNES PRATIQUES DE LA RELANCE

- Choisir les temps de relance et organiser la relance en fonction des cibles
- Mettre en place la synergie des canaux de communication avec son prospect
- Savoir créer les opportunités de contact

### ACQUÉRIR LES BONNES PRATIQUES DE LA FIDÉLISATION

- Les techniques pour fidéliser et leurs mises en oeuvre

#### Les + de la formation :

- Étude personnalisée des axes de développement en fonction de la structure du fichier clients des participants et définition des actions à mettre en oeuvre dès la fin de formation.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

### MOYENS PÉDAGOGIQUES :

- Formation à distance (classe virtuelle) synchrone avec alternance d'apports théoriques et pratiques par pédagogie active.
- Espace collaboratif en mode projet pour échanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises avec suivi asynchrone.
- Supports de formation numériques aux participants.
- Groupe de 10-12 participants maximum.

### SUIVI ET ÉVALUATION DE LA FORMATION :

- Élargement de présence par processus de signature digitale.
- Acquis évalués en cours et en fin de formation.
- Évaluation de satisfaction par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

