

PROGRAMME DE FORMATION : PROSPECTER & GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

OBJECTIFS

- Maîtriser les techniques de prospection et leurs outils,
- S'organiser et obtenir des RDV ciblés chez les prospects,
- Développer son portefeuille client en actionnant les bons leviers,
- Mener efficacement votre premier entretien et développer vos ventes,
- Renforcer l'impact des propositions commerciales et améliorer son taux de transformation.

PUBLIC VISÉ

Ce programme s'adresse à toute personne en charge de la prospection commerciale ou devant relever un défi de prospection : commercial, chasseur, technico-commercial, ingénieur commercial.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis nécessaire.

DURÉE / RYTHME

1,5 jour - 10 heures.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Mises en situations et jeux de rôles, études de cas, exercices de construction d'une méthode d'organisation.

CONTENU DÉTAILLÉ DU PROGRAMME

SÉQUENCE 1 : PRÉPARATION À LA PROSPECTION - DÉFINIR SES OBJECTIFS ET SON TYPE DE PROSPECT (CLIENT TYPE)

- Préparation à la prospection : définir ses objectifs et son type de prospect (client type),
- Définir les objectifs, les cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de son entreprise,
- Préparer sa prospection : constituer son fichier de prospection et le qualifier,
- Définir les besoins personnalisés : blocages, appréhension et motivation.

SÉQUENCE 2 : CONNAÎTRE LES STRATÉGIES DE PROSPECTION ET LEURS OUTILS

- Aller vers le prospect : le mailing, le téléphone, la prospection directe, Internet,
- Faire venir le prospect : les salons professionnels, les réunions prospects, les VIP,
- S'inviter chez le prospect : la recommandation, l'essai gratuit.

SÉQUENCE 3 : PROSPECTION, SIMULATION, PRISE DE RENDEZ-VOUS

- Qualifier ses interlocuteurs,
- Franchir les différents barrages,

PROGRAMME DE FORMATION : PROSPECTER & GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

CONTENU DÉTAILLÉ DU PROGRAMME

SÉQUENCE 3 : PROSPECTION, SIMULATION, PRISE DE RENDEZ-VOUS (SUITE)

- Savoir argumenter et gérer les objections,
- Obtenir un rendez-vous client : accrocher l'intérêt de l'interlocuteur,
- Argumenter le bénéfice du rendez-vous. Rebondir sur les objections courantes. Accepter le refus pour mieux revenir,
- Savoir clore un rendez-vous de prospection par une vente,
- Utiliser le Social Selling : Internet & réseaux sociaux : LinkedIn, Viadeo, autres...

Mise en situation : entraînements, appels et prise de rendez-vous téléphoniques.

SÉQUENCE 4 : RÉUSSIR LE PREMIER ENTRETIEN PROSPECT EN FACE-À-FACE

- Réussir le premier contact par des comportements appropriés,
- Accrocher l'intérêt du prospect,
- Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites,
- Engager vers l'action : argumenter pour convaincre,
- Structurer son argumentaire et son plan de vente,
- Définir ses arguments, ses points forts et les ancrages clients,
- Adapter son argumentaire en fonction de sa cible,
- Anticiper les objections en fonction de mon marché et de la concurrence,
- Défendre oralement sa proposition commerciale,
- Retour sur les fondamentaux de l'entretien commercial,
- Retour sur les fondamentaux des communications verbales et non verbales,
- Conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue,

Mises en situation sur le face-à-face de prospection.

SÉQUENCE 5 : TRAITER LES OBJECTIONS

- Les différentes sortes d'objections,
- Les attitudes à adopter face aux objections,
- Les trois étapes clés du traitement d'objections,
- Les techniques de traitement.

Exercice : entraînement pratique sur les objections les plus fréquentes rencontrées par les participants.

SÉQUENCE 6 : ENTRAÎNEMENTS SUR SÉQUENCES PRÉCÉDENTES ET ASSURER LE SUIVI DE SA PROSPECTION

- Entraînements sur tous les concepts des séquences précédentes pour valider les acquis,
- Mettre en place un plan de prospection,
- Créer un rythme de prospection,

PROGRAMME DE FORMATION : PROSPECTER & GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

CONTENU DÉTAILLÉ DU PROGRAMME

SÉQUENCE 6 : ENTRAÎNEMENTS SUR SÉQUENCES PRÉCÉDENTES ET ASSURER LE SUIVI DE SA PROSPECTION (SUITE)

- Établir un plan de relance et de suivi,
- Suivre régulièrement les prospects : saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect,
- Faire de chaque client un apporteur d'affaires,
- Qualifier en permanence les informations recueillies.

Mises en situation : construction de son plan de prospection.

ÉVALUATION

Évaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation.

POINTS FORTS DE LA FORMATION

- Formation pratique construite à partir de l'expérience personnelle des participants,
- Jeux en groupe, apports théoriques, exemple illustré, partage d'expériences,
- Entraînements, enregistrés ou filmés, sur les moments forts de la prospection et débriefs personnalisés du formateur.

FORMATEUR

M. CHARLES GEORG
FORMATEUR PROFESSIONNEL
GEORG.CHARLES@GMAIL.COM
TÉL.: 06.32.69.51.51
WWW.CGCFORMATION.COM



PROGRAMME DE FORMATION : PROSPECTER & GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

SUPPORTS DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

- Présentation Powerpoint avec animation moderne de chaque slide,
- Tableau blanc pour une mémoire temporaire ou modifiable,
- Paperboard pour une mémoire permanente,
- Documents écrits qui constituent un support que les stagiaires peuvent s'accaparer et annoter,
- Méta-plan ou post-it qui permet de combiner travail individuel et collectif, et de favoriser l'implication des participants,
- Photos, dessins, sites web, articles, infographies et vidéos récentes pour illustrer le thème abordé.

UTILISATION D'OUTILS PÉDAGOGIQUES INTERACTIFS

Un support de cours avec une synthèse des points importants d'apprentissage est remis à chacun des participants à l'issue de la formation.

LOCAUX

- Matériel fourni,
- M. Charles Georg sera ravi de se déplacer dans votre propre salle de formation.

Il pourra également, si vous le souhaitez, mettre à votre disposition une salle de formation ultra moderne équipée de matériel de vidéo-projection, micro et enceintes audio...

- Accès à Internet par câble ou wifi haut débit et illimité.

Il conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ses formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

LES MOYENS D'ÉVALUATION : MISE EN ŒUVRE ET SUIVI

À l'issue de la formation chaque stagiaire complète un questionnaire d'évaluation à chaud et de satisfaction. Le responsable (client) reçoit alors par email les copies scannées et l'attestation de présence remplies par les stagiaires.

3 à 6 mois après la formation, le responsable reçoit par email un questionnaire d'évaluation à froid de la formation et de satisfaction.

CONVENTION DE FORMATION

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée.

Celle-ci doit être retournée à Charles Georg signée avant le début de la formation.

M. CHARLES GEORG MET À DISPOSITION DE SES CLIENTS LES DOCUMENTS SUIVANTS :

- SON RÈGLEMENT INTÉRIEUR
- SON ENGAGEMENT DÉONTOLOGIQUE
- SON ENGAGEMENT QUALITÉ
- SES MOYENS & OUTILS PÉDAGOGIQUES
- SES TYPES DE SUPPORTS PÉDAGOGIQUES
- SON EXEMPLE D'ATTESTATION DE FIN DE FORMATION