

FORMATION EN PROSPECTION COMMERCIALE : TECHNIQUES ET OUTILS



◆ Public visé :

- ✓ Toute personne amenée à mettre en œuvre des **stratégies commerciales** et des outils de prospection : dirigeant, managers d'équipe de vente, chefs des ventes, directeurs commerciaux, inspecteurs et animateurs commerciaux, responsables d'agences, animateurs de réseaux, directeurs des ventes, responsable commercial
- ✓ Toute personne amenée à **développer ses ventes** : vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires, responsables grands comptes et comptes clés

◆ Objectifs :

- ✓ Prendre conscience de la nécessité de prospecter
- ✓ Connaître les principales techniques de prospection
- ✓ Disposer d'outils pour organiser et suivre sa prospection

◆ Prérequis :

- ✓ Aucun

◆ Contenu :

Introduction

- ✓ Définitions : prospect, suspect, client

Partie 1

Pourquoi prospecter ?

- ✓ Un acte vital
- ✓ Un acte permanent

Comment se préparer ?

- ✓ Préparation matérielle
- ✓ Préparation mentale

Où et comment trouver des prospects ?

- ✓ Les 30 techniques de prospection d'un particulier (B to C) et d'un professionnel (B to B)
 - Les méthodes actives (push)
 - Les méthodes passives (pull)
 - Présentation succincte de chaque méthode
 - Avantages et inconvénients de chaque méthode
- ✓ Quelle(s) technique(s) de prospection faut-il privilégier pour son activité ?
 - La méthode **OCARRE**

La partie 1 sera illustrée par une présentation synthétique des 30 techniques de prospection

Partie 2

La base prospects

- ✓ Les principaux logiciels de GRC (Gestion de la relation client)
- ✓ Les outils Microsoft (Excel et Outlook)

L'organisation, le pilotage et le suivi de sa prospection

- ✓ Qualifier sa base
 - Les principaux critères de qualification d'un prospect
- ✓ Organiser sa prospection
 - Dans l'espace : l'organisation d'une tournée
 - Dans le temps : les moments à privilégier
- ✓ Faire vivre sa prospection
 - Le suivi et la relance
 - La mesure des résultats de sa prospection
 - ❖ Pourquoi ?
 - ❖ Comment ?

La partie 2 sera illustrée par un exemple de fichier construit sur Excel

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Construction par chaque participant de son tableau de bord de prospection
- ✓ Echanges interactifs avec le consultant formateur
- ✓ Mémo de fin de stage

Durées et modalités :

	Présentiel	Distanciel
Formation collective	2 jours (14h)	8h
Formation individuelle (Pack formation coachée)	8h30	9h30