

# PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

Code produit : PROS / Version : v1

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre la nécessité de prospecter en adaptant les techniques de prospection à la stratégie de l'entreprise, aux objectifs commerciaux et aux budgets
- Savoir constituer un fichier qualifié et préparer la prospection
- Savoir mener une opération de phoning
- Préparer et structurer un entretien téléphonique
- Savoir gérer les situations : attentes, litiges, agressivité
- Savoir conduire un entretien commercial

## PUBLIC CONCERNE/EMPLOI VISE

Tout public de commerciaux

## PREREQUIS

Aucun

## MODALITES

**Durée** : 14 heures / 2 jours

**Type** : Présentiel

**Méthodes et moyens pédagogiques** : Méthode active s'appuyant sur l'expérience et les pratiques des participants, apport de connaissances et apprentissage de techniques, mises en situation, ateliers pratiques : élaboration d'outils d'aide à la vente (plan de découverte, traitement des objections, argumentaires), exercices, livret pédagogique

**Validation des acquis** : QCM, tour de table, observation

**Sanction de la formation** : Attestation de fin de formation

**Profil de l'intervenant** : Formateur spécialisé dans le domaine du développement commercial

## PROGRAMME

---

### ❖ **MODULE 1 : OPTIMISER LES TECHNIQUES DE PROSPECTION**

#### • **ORGANISER LA PROSPECTION**

- Le repérage des prospects
- Le fichier
- La sélection des prospects
- Les outils d'aide à la prospection

#### • **ÉVALUER ET CHOISIR LES MÉTHODES DE PROSPECTION**

- L'approche par le publipostage
- L'approche téléphonique
- L'approche physique

#### • **PLANIFIER LA PROSPECTION**

- Le plan de prospection
- La construction du planning
- La gestion des priorités

#### • **METTRE EN PLACE LES DIFFÉRENTES MÉTHODES DE PROSPECTION**

Conduire, suivre et analyser l'opération de prospection :

- Publipostage
- Téléphonique
- Physique

### ❖ **MODULE 2 : SAVOIR UTILISER LE TELEPHONE COMME OUTIL DE PROSPECTION**

#### • **SPECIFICITES DE L'OUTIL**

- Dimension psychologique
- Valorisation de l'entretien téléphonique
- La spécificité du contact téléphonique
- Les avantages et les inconvénients
- Les difficultés de son utilisation

#### • **MAÎTRISE DE L'OUTIL**

Prise de conscience des différences entre :

- Ce que l'on veut dire
- Ce que l'on dit
- Ce que l'autre comprend
- Ce que l'autre retient

#### • **OPTIMISATION DE L'OUTIL**

Le téléphone est une technique qui obéit à ses règles propres, il est nécessaire de travailler :

- Le sourire
- L'attitude physique
- La voix
- Le choix des formules et des mots

- **L'ÉCOUTE ACTIVE**
  - La prise d'informations
- **L'ÉMISSION D'APPELS :**
  - La prise de rendez-vous
  - La prospection téléphonique
  - L'élaboration d'un argumentaire spécifique avec réponses aux objections pour chaque cas : prospection, relance coupons-réponses, parrainage, etc.
  - Vendre un rendez-vous
  - La tenue d'un agenda
  - La gestion d'un portefeuille de relance
  - La mise au point d'un tableau de bord

## **LES + ASFO**

---

Nos responsables pédagogiques et intervenants sont des experts reconnus dans leur métier.

Certification AFNOR selon le référentiel ISO 9001.