



FORMATION PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

PROS



Public Visé

Tout public de commerciaux



Durée

14.00 Heures en présentiel en présentiel

2 Jours



Pré Requis

Aucun.

Parcours pédagogique

MODULE 1 : OPTIMISER LES TECHNIQUES DE PROSPECTION ORGANISER LA 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

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

ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031

Version : PROS-20241220

ASFO GRAND SUD

0 800 64 31 33 (n°gratuit)
contact@asfograndsud.com
www.asfograndsud.com



SIRET : 83420422300017
Code APE : 8559A
Organisme de formation enregistré sous le
n°10220001023 auprès du Préfet de la Région Occitane
(Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état)

- 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

Objectifs pédagogiques

- 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

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

Qualification Intervenant(e)s

Consultant – Formateur expert en Performance Commerciale

Méthodes et modalités d'évaluation

QCM, tour de table, observation

Modalités d'Accessibilité

Accès PMR

ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031

Version : PROS-20241220

ASFO GRAND SUD

0 800 64 31 33 (n°gratuit)
contact@asfograndsud.com
www.asfograndsud.com



SIRET : 83420422300017
Code APE : 8559A
Organisme de formation enregistré sous le
n°10220001023 auprès du Préfet de la Région Occitane
(Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état)