Prospecter et développer son portefeuille client

Domaine : Achats / Ventes

Réf. : 2536AV

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Etre capable de mettre en place une réelle stratégie de prospection en fonction d'un ciblage pré-déterminé. Connaitre toutes les méthodes de prospection Téléphone, mailing, réseaux sociaux et adapter sa méthode en fonction de votre ciblage et de l'avancée de votre plan d'action de prospection

PRÉ-REQUIS

Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Salles de cours équipées de : matériels de projection -Tableaux -Caméra. Alternance de théorie et jeux de rôle à partir d'exemple du quotidien ou vécu. Validation au fur et à mesure des différentes mises en situation. Un support de cours personnalisé est remis à chaque participant. Un bilan détaillé suit chaque action de formation.

CONTENU ET MÉTHODES MOBILISÉES

COMMENT ORGANISER VOTRE PROSPECTION ?

Définir vos cibles Constituer un fichier de prospection Déterminer le potentiel et l'accessibilité des prospects Choisir le moyen de prospection le plus adapté : Les techniques d'approche directe : mailing, téléphone, e-mailing Les techniques d'approche indirect : participation à des réseaux dans votre domaine, participation à des conférences, des salons, Webinars, recommandation, essai gratuit, réseaux sociaux

DIAGNOSTIC POUR CHACUN SUR LES MOYENS DE PROSPECTION ADAPTES COMMENT OBTENIR LES RENDEZ-VOUS QUALIFIES ? Le travail de qualification de vos interlocuteur (investigations) Technique pour passer les différents barrages Comment accrocher l'intérêt de votre interlocuteur ? Mettre en avant le bénéfice de cette prise de contact Traiter les objections les plus fréquentes Comprendre et accepter le refus pour mieux rebondir et revenir plus tard Mises en situations sur de la prospection téléphonique (les participants sont invités à venir avec une liste de 10 prospects déjà ciblés).

COMMENT OPTIMISER LE PREMIER ENTRETIEN PROSPECT FACE A FACE Les comportements adaptés lors d'un premier contact La meilleure accroche pour vous Le questionnement pour comprendre les besoins explicites et implicites Comment argumenter pour cconvaincreen fonction de votre interlocuteur Mises en situation de face à face

ASSURER LE SUIVI DE SA PROSPECTION Plan de prospection Dynamique de prospection à mettre en place Etablir un plan de relance, et un suivi numérique ETABLISSEMENT DU PLAN DE PROSPECTION

Fiche mise à jour le 22/03/2024

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en charge de la prospection commerciale ou devant relever un challenge de prospection

DURÉE ET DATES

-Durée :
2 journées soit 14 heures

-Délai d'accès :
Réponse par mail dans les 72h. En inter : inscription à la prochaine session suivant le nombre de places disponibles. En intra et en individuel : en fonction du planning déterminé par le client.

-Dates des inter-entreprises :
Nous contacter
.En Intra ou Individuel :
Nous contacter

FORMULES ET TARIFS

Nous consulter

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentiel, Distanciel.

BESOIN D'AIDE POUR CHOISIR VOTRE FORMATION ?
02 32 74 56 94 Numéro unique d'appel

NOS CERTIFICATIONS

© FORCE 7 Formation / Conseil / Coaching - Tous droits de reproduction réservés - contact@force7-formation.fr