

Prospection commerciale

EC02 – Efficacité commerciale

DÉTAILS DE LA FORMATION

+ OBJECTIFS

- Maîtriser les techniques et outils de la prospection nécessaire à votre réussite commerciale.
- Apprendre à mener vos premiers rendez-vous clients avec efficacité afin de développer vos ventes. Exploiter ses capacités personnelles pour susciter l'intérêt, engager l'action et développer ses ventes.

+ PUBLIC

- Cadre
- Commerciaux
- Directeurs commerciaux

+ PRÉREQUIS

- Aucuns

+ DURÉE

- 2 jours, soit 14 heures

+ NOMBRE DE STAGIAIRES PAR SESSION

- de 1 à 8 p. maximum par groupe

+ BUDGET

- Inter-entreprises : 360 € H.T / personne
- Intra entreprise : nous consulter

+ DÉLAI D'ACCÈS

- Nous consulter

+ MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Étude de cas pratiques
- Jeux de rôles filmés (optionnel)
- Remise d'un support en couleur contenant le cours du module de formation suivi

+ MODALITÉS D'ÉVALUATION ET FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

- Enquête de satisfaction stagiaire
- Bilan formateur / formatrice
- Remise d'une attestation individuelle de formation
- Délivrance d'une grille des compétences
- Enquête de satisfaction client

Alliance Form'Action

13 rue de la Maladrerie

Hameau Les Povots

10210 CHAOURCE

] 03 25 40 16 53

] 06 23 96 56 82



Alliance
Form'Action
Former, notre passion... et si nous la partageons ?

jf.lhoret@aformation.fr - www.aformation.fr

OF : N° 21 10 00647 10 - N° SIRET : 508 379 328 00042 - TVA FR : 12508379328

AFA20EC02

PROGRAMME DE FORMATION

+ PRÉPARATION DE LA PROSPECTION

- Déterminer votre stratégie commerciale
- (Objectifs, cibles et marché)

+ RECHERCHE DE PROSPECTS

- Recherche et analyse des fichiers
- Avantages et inconvénients des différentes approches
- (Phoning, réunions, mailing...)
- Préparer votre argumentaire

+ LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

- Les principes de la communication par téléphone
- La prise de Rendez-vous
- Les différentes étapes de l'entretien
 - Élaborer une phrase d'accroche
 - S'adresser à la bonne personne
 - Traiter les objections
 - La conclusion

+ LA PROSPECTION PHYSIQUE

- Les principes de la communication
- La méthode des 4C
- Les différentes étapes de l'entretien
 - Mettre le prospect en confiance
 - Les mots à utiliser

+ SUIVI DES PROSPECTS

- Concevoir un répertoire de clients potentiels
- Suivre constamment les prospects et les relancer
- Archiver les informations collectées