

PROGRAMME DE FORMATION



RÉUSSIR SA PROSPECTION COMMERCIALE



PUBLIC VISÉ PAR LA FORMATION :

Cette formation développe l'aptitude des collaborateurs à organiser leurs actions de prospection de façon professionnelle. Elle contribue à inscrire l'activité de chaque commercial dans une démarche de pérennisation du capital commercial de l'entreprise.

Trois axes de développement professionnel-vous sont proposés :

-  Efficacité professionnelle
-  Pratique commerciale
-  Suivi et débriefing de ma prospection

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

A l'issue de cette formation l'apprenant sera capable de :

Mettre en place une stratégie de prospection

- Définir ses objectifs de prospection et ses cibles prospects
- Préparer le contenu de son entretien de prospection
- Créer son argumentaire prioritaire
- Faire le plan de suivi de l'après prospection

PROFIL DES BENEFICIAIRES :

Toute personne en charge de la relation clients.

PREREQUIS : Aucun

LES PLUS DE CETTE FORMATION :

Une formation efficace et motivante. Approche concrète et interactive.

CONSULTANTE FORMATRICE : Christine FORTIER

OUTILS ET MÉTHODES MOBILISÉS :

La journée de formation sera animée en présentiel.

C'est une formation active, construite de manière à permettre à l'apprenant de découvrir une méthode, des astuces illustrées d'exemples et d'expériences concrètes.

Utilisation d'outils et des supports suivants :

- Tableau papier
- Vidéoprojecteur
- PPT personnalisé
- Fiches Techniques d'exercices pratiques et résultats corrigés
- Contextualisation des situations dans son domaine d'activité
- Jeux pédagogiques et jeux de rôles

Utilisation de la reformulation par l'apprenant pour suivre la compréhension et les acquis du contenu de la formation.

Des échanges se déroulent de manière régulière, à l'issue des exercices ou à l'occasion de ceux-ci personnalisés à « son activité professionnelle ».

EVALUATION ET SATISFACTION : Evaluation des compétences en début et fin de formation ce qui permet de compléter et d'enrichir certaines thématiques par la suite dans le cadre de formations complémentaires. Mesure de satisfaction en fin de session et envoi de la synthèse au donneur d'ordre.

INFORMATIONS

Durée : 1 journée

Horaire : 9H/12H - 13H/17H

Lieu :

Date :

| |
|--|
| MODULE : Approche Prospection Commerciale |
|--|

Bien appréhender mon plan d'action commercial

- ***Définir mes objectifs*** (premier pas de toute stratégie) ou dois-je aller ?
- ***Identifier mon terrain de jeux (mes cibles) : effectuer un bon ciblage des prospects/préparer mon fichier de prospection :***
Prospects prioritaires : Quel est mon prospect idéal ? exercice d'application création du « Buyer persona » de mon organisation (échanges sur les Outils d'aide : ChatGPT/CRM)
Maîtrise des nouveaux outils digitaux
- ***Préparation de l'entretien téléphonique :***
Travailler sa cible
Accroître la visibilité de votre agence :
Créer son 1er argumentaire pour se faire remarquer

Analyse de la concurrence, du territoire, qualifications valorisées...
(Exercice d'application/création de l'argumentaire N°1)

Choisir les bons arguments :

Personnaliser le contenu et adapter son discours

Sélectionner vos idées (auto-diagnostic de vos habitudes de préparation Fiche pratique 15 questions)

Écrire plusieurs scénarios courts (travail sur un premier scénario)

Faire exister son interlocuteur dans mon discours : (prenez-vous en compte vos interlocuteurs ? Fiche pratique 14 questions)

➤ **Prospection téléphonique :**

- **Transformer la contrainte du manque de temps en atout** (Que représente le temps pour vous ?)
- **Repérez les facteurs qui vous exposent au risque de stress** : repenser l'enjeu préparer vous mentalement. Comment gérer votre stress et votre trac
- **Comment demander aux prospects et comment obtenir des prospects ?**
- **Soyez bref pour gagner en pertinence**
- **Structurer l'intervention**
- **Faites de votre voix une alliée/Privilégiez la lenteur/restez sérieux**
- **Assurez-vous de votre conviction**

➤ **Mesurer et suivre mes campagnes de prospection :**

Cette étape permet de vérifier que notre approche est la bonne (Exercice d'application Création du tableau de bord commercial).

L'Outil CRM : (outil de gestion de la relation client) indispensable pour suivre sa prospection et n'oublier aucune relance de vos opportunités.

Application dans le CRM du client création d'une fiche prospect, d'une opportunité, d'une date de relance. Le CRM vous permet de faire grandir, d'affiner et de préciser votre base de prospection.

Formalisation de l'entretien à envoyer au prospect accompagné d'une présentation de notre entreprise.

Mise à jour le 28.08.25