



Formation Prospector et gagner de nouveaux clients

Quelles méthodes pour organiser sa prospection et étoffer son portefeuille client ? Comment préparer ses scénarios d'appels, ses entretiens en face-à-face ? Quelles techniques de communication pour "accrocher" son interlocuteur ? Ce stage vous propose une démarche pragmatique pour mettre en œuvre votre prospection.

Objectifs

- Maîtriser les méthodes utiles pour préparer et organiser sa prospection
- Capter son interlocuteur par les techniques de communication rapide
- Préparer ses scénarios et optimiser chaque prise de contact
- Gérer ses actions de prospection dans le temps et les mesurer

Moyens pédagogiques

- Présentation du formateur et du programme.
- Présentation et écoute de chacun de stagiaires.
- Apports didactiques pour apporter des connaissances communes.
- Mises en situation de réflexion sur le thème du stage et des cas concrets.
- Méthodologie d'apprentissage interactive et participative.
- Exercices et études de cas concrets.
- Temps d'échanges.
- Accompagnement pédagogique individualisé.

Formateur

Les formateurs de CROSTHINK sont des experts de leur domaine, disposant d'une expérience terrain qu'ils enrichissent continuellement. Leurs connaissances techniques et pédagogiques sont rigoureusement validées en amont en interne.

Suivi de l'exécution et évaluation des résultats

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation / A distance
- Feuilles de présence.
- Documents supports de formation projetés.
- Mise à disposition du stagiaire des documents et supports de formation.
- Tout au long et/ou à l'issue de la formation : Evaluation des acquis des stagiaires via des exercices, des QCM, des QUIZZ, des mises en situation et/ou des cas pratiques.
- Enquête de satisfaction.
- Attestation de fin de formation.

EN BREF

Durée : 2 jours

Tarif : 990€

Public et pré requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

FORMATIONS A DISTANCE

Contactez-nous
contact@crossthink.fr

PROCHAINES DATES

Nous consulter



Formation Prospector et gagner de nouveaux clients

Programme

Se préparer et s'organiser

- Faire l'état de son portefeuille actuel.
- Identifier les secteurs géographiques à prospector.
- Recenser les typologies d'entreprises à contacter.
- Inventorier les outils.
- Créer un fichier de prospects.

Exercice *Diagnostic à l'aide de la matrice SWOT. Lecture ABC du portefeuille clients. Construire le puzzle de la prise de rendez-vous client. Elaborer son plan de prospection et planifier les actions.*

Apprendre à rendre un message intéressant

- Maîtriser les techniques de communication interpersonnelle.
- S'entraîner à la communication rapide : l'Elevator Pitch.
- Savoir se présenter.
- Observer son interlocuteur et pratiquer l'écoute active.

Mise en situation *"Elevator Pitch" : préparation d'un argumentaire condensé pour se présenter en deux minutes.*

Elaborer ses argumentaires et ses outils

- Prévoir les scénarios de prospection.
 - Définir et choisir les outils.
 - Concevoir des documents et supports.
 - Rendre cohérents les actions et les outils.
- Exercice** *Présentation des stratégies des participants.*

Prospector au téléphone

- Elaborer ses scénarios d'appels.
 - Préparer des arguments en fonction des profils prospects.
 - Déclencher la prise de rendez-vous.
 - Organiser et "timer" la prospection.
 - Suivre son tableau d'indicateurs et analyser ses résultats.
 - Faire de chaque entretien un entraînement.
 - Développer sa résistance à l'échec.
- Mise en situation** *Entraînement aux situations de prospection téléphonique.*

Mener des entretiens face-à-face

- Elaborer le scénario d'entretien.
 - Dérouler les différentes phases de l'entretien.
 - Réussir sa phase de découverte et d'argumentation.
 - Mettre en valeur des preuves et des expériences.
 - Anticiper un face-à-face improvisé.
- Mise en situation** *Mises en situation d'entretien face-à-face.*

Argumenter et traiter les objections

- Comprendre le mécanisme des arguments performants.
- Préparer ses réponses à objections.
- Utiliser les objections pour étoffer ses arguments.
- Prévoir les parades aux objections.
- Dédramatiser la présentation du prix.



CROSTHINK

Mise en situation *Gérer les objections des clients en maintenant la relation.*

Gérer son agenda

- Apprendre à créer un rythme de prospection.
- Maîtriser son agenda de prospection.
- Prévoir un suivi de prospection.

Exercice *Organiser son agenda de prospection par rapport au profil de la mission.*