

## LA TELEPROSPECTION EFFICACE : SAVOIR DETECTER DES OPPORTUNITES (confirmé)

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- ➔ Utiliser les techniques de prospection et de détection de Leads
- ➔ Identifier / sélectionner les bons interlocuteurs
- ➔ Maîtriser les techniques de communication et les postures propres à l'action de prospection
- ➔ Cibler et mettre en place des objectifs commerciaux :
  - qualification de fichiers prospects (avec la prise en compte des obligations issues du RGPD)
- ➔ Réussir sa prise de rdv prospect
- ➔ Réussir son entretien prospect en face à face

### PUBLIC CONCERNE

Tout salarié en charge de prospecter

### NOMBRE DE STAGIAIRES

Minimum : 4                      Maximum : 10

### PRE-REQUIS

Connaitre son offre commerciale et ses cibles prioritaires

### DUREE

1 jour soit 7 heures

### METHODES, MOYENS PEDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT MIS EN ŒUVRE

Avec l'accompagnement du consultant formateur :

**1/** Les méthodes pédagogiques utilisées privilégient largement la dynamique de groupe, et se basent principalement sur des situations vécues au quotidien. Les participants mettent en pratique progressivement les outils et méthodes vus pendant le stage. Utilisation de la vidéo sur certaines séquences

- ➔ La construction d'outils pratiques (échancier, argumentaires ...)
- ➔ L'établissement de scénarios d'appels
- ➔ Training prises de rdv par téléphone
- ➔ Simulations / jeux de rôle sur l'entretien prospect en face à face
- ➔ Outils d'analyse et de suivi des résultats d'une campagne de prospection
- ➔ Evaluation des acquis
- ➔ Remise d'un support détaillé pour suivre et conforter ses acquis dans la durée



→ Remise d'une attestation de présence individuelle et d'une attestation de formation à la fin de la formation

**2/ "Fil rouge"** : Mise en place tout au long du stage d'un Plan Individuel d'Actions de Progrès (PIAP) afin que les stagiaires s'engagent dans la durée sur des axes de progrès qu'ils se seront fixés. A chaque séquence de formation, les stagiaires prennent note de leurs points forts à renforcer et de leurs points à améliorer et des process à acquérir. A l'issue de la formation ce PIAP doit déboucher sur des actions concrètes que le stagiaire devra mener au quotidien dans son entreprise pour consolider et mettre en œuvre les acquis de la formation.

**3/ Suivi individuel à distance post formation** : A l'issue de la formation et pendant les 6 mois qui suivent, le formateur se tient à la disposition des participants qui peuvent le solliciter sur la mise en place individualisée de leur PIAP et la mise en application opérationnelle des acquis de la formation en situation professionnelle.

### **PROFIL DU FORMATEUR**

Formateur expert de la relation commerciale

### **INFORMATION ET SUIVI**

Programme, objectifs et méthodes pédagogiques : Gilles GURY

Tél : 01 45 23 22 32 - mail : ggury@managir.com

Organisation administrative et logistique : Laure PERRIN

Tél : 01.45.23.22.51 – mail : commercial.adm@managir.com



## CONTENU

### TRAINING PROSPECTION ET DETECTION DES OPPORTUNITES

#### OUVERTURE DE LA FORMATION

Présentation du stage, des méthodes utilisées et des objectifs à atteindre  
Présentation de l'intervenant  
Présentation et attentes des participants

#### LA PREPARATION DU RDV PROSPECT

- ◆ Préparer sa prise de rdv par la méthode CROC

#### OBTENIR DES RENDEZ-VOUS DE PROSPECTION QUALIFIES

- ◆ Franchir les barrages.
- ◆ S'intéresser à son interlocuteur et ...
- ◆ ... susciter l'intérêt de son interlocuteur
- ◆ Argumenter sur le bénéfice du rendez-vous.
- ◆ Méthode de traitement des objections.
- ◆ Gérer le refus

⇒ *Training prise de rdv qualifiés par téléphone*

#### REUSSIR LE PREMIER ENTRETIEN PROSPECT EN FACE-A-FACE

- ◆ Etre assertif dans sa relation à l'autre
- ◆ Utiliser les techniques de questionnement et de reformulation
- ◆ Savoir présenter son entreprise et ses solutions
- ◆ Etablir une relation commerciale de qualité (transversale)
- ◆ Argumenter / conseiller une solution par la méthode CAP
- ◆ Convaincre et conclure la démarche commerciale
- ◆ Répondre aux objections avec la méthode ERIC
- ◆ Conclure l'entretien

⇒ *Training sur le face à face prospection. Jeux de rôle, simulation*

#### FAIRE LE BILAN ET LE SUIVI DE SA PROSPECTION

- ◆ Construire ses indicateurs de réussite / de progres en prospection
- ◆ Suivre sa prospection dans la durée : établir un plan de relance et de suivi (dont la vigilance relative aux obligations issues du RGPD sur le traitement des données personnelles)
- ◆ Rester « visible » pour son prospect même s'il n'est pas devenu client
- ◆ Faire de chaque client un prescripteur



## **CONCLUSION : DEBRIEFING DE LA FORMATION ET FINALISATION DU PIAP (PLAN INDIVIDUEL D'ACTIONS DE PROGRES)**

Objectifs : Faire le bilan de la formation. Matérialiser les acquis de cette formation par la finalisation du PIAP.

- ◆ Plan Individuel d'Actions de Progrès
  - ↳ Répertorier les acquis de la session
  - ↳ Identifier ses points forts et faibles (points à améliorer / points à renforcer)
  - ↳ Définir et planifier des axes d'actions prioritaires pour réussir ses soutenances commerciales :
    - Objectifs
    - Moyens
    - Retro-planning
  
- ◆ Evaluation des acquis



## **CONCLUSION - EVALUATION ECRITE ET ORALE**

