

## Formation Prospector de nouveaux clients (ACN Atlas)

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Durée :</b>                                | 2 jours                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Public :</b>                               | Commerciaux                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Pré-requis :</b>                           | Aucun                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Objectifs :</b>                            | Organiser sa prospection : stratégie et objectifs - Maîtriser les techniques de prospection traditionnelles et digitales - Adapter les outils à ses objectifs - Mettre en oeuvre des actions commerciales ciblées - Suivre son activité avec des indicateurs pertinents |
| <b>Sanction :</b>                             | Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Taux de retour à l'emploi:</b>             | Aucune donnée disponible                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Référence:</b>                             | COM101630-F                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Note de satisfaction des participants:</b> | 4,82 / 5                                                                                                                                                                                                                                                                |

### Les enjeux de la prospection

Qu'est-ce que prospector ?  
Définir des nouveaux marchés potentiels  
Communiquer dynamiquement auprès de son marché  
Participer à la croissance de son entreprise

### Préparer sa prospection

Qui sont mes clients potentiels ? Quelle est la cible type de l'entreprise ?  
Quelles sont les fonctions / intitulés de postes qui achètent habituellement les produits / services de mon entreprise ?  
Quelles sont les sources pour obtenir les contacts ?  
Les différents canaux de prospection (phoning, mail, face à face, salons, JPO...)  
Les différents supports de communication

**Atelier : lister les cibles potentielles de son entreprise selon la méthode SCP**

### Planifier la prospection

Organisation générale  
Phase de phoning  
Phase de rendez-vous  
Phase de compte-rendu et débrief avec ses supérieurs  
L'analyse de la prospection

**Atelier : Organiser sa prospection en fonction de son activité, du phoning et des rendez-vous**  
**Atelier : Effectuer un compte rendu de son rendez-vous**

### **La prospection téléphonique : phoning**

La trame de phoning  
Communiquer efficacement et de manière positive (5P, DIVAS)  
Comment éviter les barrages ? assistants, secrétaires  
Traiter les objections  
Bonnes pratiques

**Atelier : mises en situations + débriefing**

### **Concevoir un mail de prospection pour une prise de RDV**

Utiliser de bonnes bases de données  
Susciter l'intérêt avec un objet percutant  
Soigner son contenu et structurer son courriel

**Atelier : rédactions de mails pour une prise de RDV**

### **Prospecter sur les réseaux sociaux professionnels : LinkedIn**

Créer/gérer son profil en ligne  
Rechercher des décideurs sur les réseaux sociaux pro  
Faire vivre son réseau  
Les recommandations

**Atelier : Cas pratique de prospection sur LinkedIn**