

## Formation Commercial Intermédiaire : Prospection B2B traditionnelle + Prospection sur les Réseaux sociaux + Prospection par E-Mailing

<b>Durée :</b>	5 jours
<b>Public :</b>	Commerciaux - Cadres commerciaux - Assistants commerciaux
<b>Pré-requis :</b>	Avoir les connaissances de bases du domaine commercial
<b>Objectifs :</b>	Découvrir comment prospecter efficacement - Utiliser les réseaux sociaux pour prospecter - Apprendre à créer ses E-Mailing de prospection et à les envoyer
<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>	COM100167-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,90 / 5

### Introduction

Qu'est-ce que prospecter ?  
Présentation de la formation

### Enjeux de la prospection

Gagner de nouveaux clients  
Aborder des marchés potentiels nouveaux  
Se donner une image dynamique  
Participer à la croissance de son entreprise  
Valoriser son profil de commercial avec un projet difficile

### Préparer sa prospection : Quelles entreprises vais-je prospecter ?

Qui sont mes clients ?  
Quelle est la cible type de l'entreprise ?  
Quelles entreprises pourrait-on prospecter ?  
Qui ai-je envie de prospecter ?

**Atelier : lister les cibles potentiels de mon entreprise**

### Préparer sa prospection : Quels contacts vais-je prospecter ?

Quelles sont les fonctions / intitulés de poste qui achètent habituellement les produits de mon entreprise ?

Quelles sont les sources pour obtenir les contacts ?

Principales sources de contacts d'entreprises

### **Préparer sa prospection : Comment vais-je prospecter ?**

Prospection par téléphone

Prospection par courrier

Prospection par mail

Prospection par rendez-vous

Prospection par démarchage

Autres prospections

### **Préparer sa prospection : Quel angle d'approche ?**

Quel produit mettre en avant ?

Quel discours ?

Quel moyen ?

Quels supports de communication ?

### **Préparer sa prospection : Comment éviter les barrages ?**

Barrages d'autres interlocuteurs : assistants, secrétaires

Freins de votre interlocuteur

Pièges divers

Bonnes pratiques

**Atelier : Préparer un scénario de prospection par téléphone / mail / rendez-vous**

### **Préparer sa prospection : tester son scénario**

Faire valider son scénario par d'autres commerciaux

Tester auprès de cibles secondaires

Affiner le scénario

### **Préparer sa prospection : travailler son image**

Quelle image vous donnera le plus de chance de réussir ?

Trouver la présentation physique adéquate

Soigner sa voix

Erreurs à éviter

### **Préparer sa prospection : travailler son mental**

La concentration

Les images positives

Confiance

Gestion des distractions

Apprentissage continu

Engagement

**Atelier : lister des images positives pour vous même**

## **Planifier la prospection**

- Organisation générale
- Phase de phoning
- Phase de compte-rendu
- Phase de rendez-vous
- Débrief avec supérieurs

## **Exemples de prospection téléphonique**

- Exemples réussis
- Erreurs fréquentes
- Timing des appels
- Gestion de la conclusion
- Exemple de tableaux de bords de suivi

**Atelier : Simulation d'appels et debrief en groupe**

## **Exemples de rendez-vous**

- Exemples réussis et bonnes attitudes
- Présentation de produit
- Ecoute du prospect et interrogation
- Erreurs fréquentes
- Timing
- Conclusion
- Exemple de compte-rendu

**Atelier : Simulation de rendez-vous et debrief en groupe**

## **Conclusion du plan de prospection**

- Difficultés rencontrées en prospection
- Résultats Obtenus
- Adaptation du plan de prospection

## **Méthodologie globale**

- Définir la cible
- Définir le message
- Etablir un scénario
- Tester
- Réaliser le scénario
- Critiquer
- Ré-adapter
- Mesurer les résultats

**Atelier : produire plusieurs scénarios de prospection sur des cibles différentes**

## **Découvrir les réseaux sociaux professionnels**

- Présentation des réseaux sociaux professionnels
- Principes de fonctionnement

- Création de fiche individuelle
- Préparer sa recherche de prospect
- Importance de certains champs pour la recherche

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

- Créer/gérer son profil en ligne
- Rechercher des décideurs sur les réseaux sociaux pro
- Les recommandations
- Les personnes qui ont consulté son profil

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

### **Utiliser les réseaux sociaux pros avant de lancer une campagne de prospection**

- Chercher des contacts dans les entreprises ciblées par sa prospection
- Prendre des renseignements sur l'entreprise
- Poser des questions auprès de personnes de l'entreprise
- Capitaliser les informations recensées

### **Utiliser Twitter pour sa prospection**

- Présentation de Twitter
- Remplir son profil
- Cibler les comptes d'entreprises
- Mettre en avant son expertise
- Prospecter sur Twitter

### **Méthodologie**

- Définir sa cible
- Définir son message
- Choisir ses réseaux
- Lancer sa recherche de décideurs
- Prospecter
- Evaluer les retours

#### **Atelier créer des scénarios de prospection sur plusieurs cibles**

### **Facteurs clefs de succès de votre E-Mailing**

- Utiliser de bonnes bases de données
- Soigner son contenu
- Bien choisir son titre
- Choisir la date/heure d'envoi
- Choisir la fréquence d'envoi

### **Focus sur le routage**

- Utiliser une simple messagerie
- Utiliser un logiciel client
- Installer un serveur de mailing
- Faire appel à une société spécialisée en routage

## **Atelier : Création d'un compte gratuit chez une société de routage**

### **Comment créer son e-mailing ?**

- Prendre en compte les normes
- Insérer et mettre en forme du texte
- Insérer des images
- Créer des liens

### **Atelier : Création et envoie d'un premier e-mailing**

### **E-Mailing de prospection : Bases de données**

- Utiliser sa bases de prospects
- Acheter une base Opt-in
- Réseaux sociaux
- Autres sources

### **E-Mailing de prospection : Type de campagne**

- E-Mailing de masse généraliste : avantages et inconvénients
- E-Mailing ciblé : personnalisation de a cible en fonction du contenu
- Campagne restreinte très personnalisée

### **E-Mailing de prospection : Contenu**

- Avoir un titre accrocheur
- Soigner le contenu : ni trop court, ni trop long
- Soigner la forme : éliminer le superflu

### **E-Mailing de prospection : Outils de transformation**

- Lien vers votre site web
- Page de destination
- Numéro de téléphone
- Adresse mail
- Réseaux sociaux

### **Atelier : Créer un E-Mailing de prospection pour une agence web**

### **Création avancée de newsletter**

- Mettre en forme une newsletter plus sophistiquée
- Utiliser les tableaux
- Utiliser des colonnes
- Gérer les couleurs d'arrière plan
- Se servir des templates
- Aspects juridiques

### **Optimisations**

- Obtention des emails
- Optimisation des emails

- Optimisation du taux d'ouverture
- Optimisation de l'objet
- Les spam words
- Optimisation du taux de clic
- Optimisation du taux de transformation
- Optimisation du jour et de l'heure

### **Méthodologie**

- Respecter toutes les phases et leur ordonancement
- Suivre les statistiques

**Atelier : Créer une campagne E-Mailing sur une thématique libre**

### **Conclusion**

- Synthèse
- Questions/Réponses