

Formation Commercial Intermédiaire : Prospection B2B traditionnelle

■ Durée :	3 jours (21 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 350,00 € HT (standard) 1 080,00 € HT (remisé)
■ Public :	Commerciaux - Cadres commerciaux - Assistants commerciaux
■ Pré-requis :	Avoir les connaissances de bases du domaine commercial
■ Objectifs :	Préparer sa prospection - Planifier sa prospection - Prospecter avec les méthodes traditionnelles - Analyser les résultats de sa prospection
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	COM100164-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,86 / 5

■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

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

Conclusion