

## Formation Commercial Intermédiaire : Prospection B2B traditionnelle

■ <b>Durée :</b>	3 jours (21 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	1 350,00 € HT (standard) 1 080,00 € HT (remisé)
■ <b>Public :</b>	Commerciaux - Cadres commerciaux - Assistants commerciaux
■ <b>Pré-requis :</b>	Avoir les connaissances de bases du domaine commercial
■ <b>Objectifs :</b>	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

■ <b>Contacts :</b>	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ <b>Modalités d'accès :</b>	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ <b>Délais d'accès :</b>	Variable selon le type de financement.
■ <b>Accessibilité :</b>	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**