aXel Perf

L'accélération économique
par l'opérationnel

FORMATION
PROSPECTION

Durée : Deux jours
Date : à déterminer
Délais d'accès : trois semaines
Lieu : Intra-entreprise à partir de un stagiaire
Extra-entreprise - entre trois et 12 stagiaires (optimal huit stagiaires)
Tarif : Sur devis
Contact : formation@axelperf.com ou au 04.68.05.49.65
Prise en charge OPCO ou autres : accords préalable ou acompte
Public : tout public

Version du 31/01/2024
Formateur : Romain Satiat-Besse

OBJECTIFS FORMATION

- Comprendre son environnement commercial
- Améliorer son soi de Prospecteur
- Identifier ses cibles pertinentes
- Éditer son plan efficient de prospection
- Mettre en pratique son plan de prospection
- Optimiser ses performances
- Augmenter son taux transformation

MOYENS PÉDAGOGIQUES & MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Échange interactif
- Support papier et informatique
- Mises en situation
- Exercices en groupe
- QCM

Cette formation permet aux apprenants d'appréhender l'univers commercial et de professionnaliser leur démarche de prospection.

Vous pourrez ainsi comprendre la mécanique de fonctionnement, identifier leurs leviers de performance, se distinguer de la concurrence, de rendre la prospection ludique et d'augmenter leur ROI.

PROGRAMME

MODULE 1 : ABORDER LE MONDE COMMERCIAL - DÉFINITIONS

- Découverte de son environnement commercial
- Qu'est ce que cela veut dire ? Compréhension et interprétation des définitions
- Comprendre les enjeux psychologiques, se mettre en condition
- Temps d'échange

MODULE 2 : SE DÉFINIR - COMPRENDRE QUEL TYPE DE PROSPECTEUR SOMMES-NOUS

- Distinguer les différents profils commerciaux
- Identifier, simplement, ses appétences commerciales
- Identifier sa zone de confort
- Adapter son attitude en fonction de son profil et de ses objectifs
- Mise en pratique

MODULE 3 : SES CRITÈRES DE SÉLECTION ET QUALIFICATION PROSPECT

- Définir ses critères de cible
- Identifier les moyens, méthodes et critères de sélection
- Établir une liste exhaustive et pertinente de ses cibles
- Établir sa méthodologie de recherche
- Mise en pratique

MODULE 4 : IDENTIFIER LES SOURCES DE PROSPECTION

- Identifier les sources en fonction de son secteur d'activité, de ses cibles et de ses objectifs
- Les Salons
- Les réseaux sociaux
- La cooptation

MODULE 5 : IDENTIFIER LES MOYENS DE PROSPECTION

- Téléprospection : avantages - inconvénients - méthodes
- Visite directe : avantages - inconvénients - méthodes
- E-mails : avantages - inconvénients - méthodes

MODULE 6 : IDENTIFIER LES OUTILS D'AIDE À LA VENTE

- Soft : avantages - inconvénients - méthodes
- Hard : avantages - inconvénients - méthodes
- Attitude : Adopter la bonne attitude en fonction du contexte

MODULE 7 : LES MÉCANISMES

- Organiser sa prospection commerciale
- Les techniques de psychologie sociale - Technique des trois OUI
- La persévérance de la décision
- L'effet Miroir
- Prendre le Rendez-vous

MODULE 8 : MISE EN OEUVRE ET SAVOIR-FAIRE

- Appliquer les connaissances dans l'objectif de les transformer en compétences
- Créer ses stratégies et schémas opérationnels de prospection

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la qualité suivante : Actions de formation