



PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

Public :

Vendeurs, technico-commerciaux, Ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires, responsables désireux de stimuler l'effort de prospection de ses collaborateurs...

Objectifs:

- Maîtriser les techniques de communication dans le cas de la prospection
- Exploiter ses capacités personnelles pour susciter l'intérêt et développer ses ventes
- Faire de chaque client un apporteur de prospects
- S'organiser et obtenir des rendez-vous ciblés chez les prospects

Durée : 2 jours soit 14 heures

Prix du stage:

- Intra entreprise : 2400 € HT (groupe de 6 à 12)
- Inter entreprise : 500 € HT (par participant)

Moyens pédagogiques :

- Un formateur expert en communication verbale et non verbale
- Une pédagogie active favorisant un meilleur apprentissage par la mise en pratique.
- Vidéo projecteur
- Caméra
- Support
- Passation d'un test d'intelligence émotionnelle et d'un profil vente

Les clients étant toujours plus exigeants et moins fidèles, conquérir de nouveaux clients devient essentiel pour le développement et la survie d'une entreprise. La prospection est une fonction qu'il faut savoir maîtriser pour se différencier.

I. Préparer la prospection

- Définir sa stratégie d'action : cibler et établir son plan d'action
- Choisir ses priorités, définir ses objectifs
- Appréhender les 5 attitudes clés
- Rechercher les prospects : exploiter les fichiers existants, internet...
- Préparer un plan d'argumentation

II. Obtenir des rendez-vous

- Les avantages et inconvénients des techniques de prospection : mailing, téléphone, prospection directe, réunions clients
- Gagner la confiance du prospect : favoriser le contact, être à l'écoute des besoins
- Savoir repérer les signaux d'achat
- Les cas difficiles : réticence, agressivité, silence...
- Réussir l'entretien prospect dans les cas difficiles

III. La maîtrise de la prospection téléphonique

- Les clés de la communication téléphonique
- Techniques et méthodes pour prendre rendez-vous
- Franchir les barrages (secrétaires et autres)
- Répondre aux objections : prix, disponibilité, qualité
- Conclure positivement

IV. La maîtrise de la prospection physique

- Le premier entretien
- Connaître, communiquer, convaincre et conclure
- Les étapes clés de l'entretien
- Développer un climat de confiance et être à l'aise pour mettre à l'aise
- Les mots qui font vendre

V. Exercer un suivi des clients potentiels

- Organiser et faciliter le suivi : élaborer une liste des clients potentiels
- Savoir relancer : personnaliser le contexte, rappeler le cadre et montrer de la persévérance
- Qualifier en permanence les informations recueillies