

Les nouvelles méthodes de prospection et de développement clients

PROMEO

Commerce - Achats - Vente

20/12/2024

Public et prérequis

Vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux

Aucun prérequis

Les objectifs

Organiser sa prospection
Bâtir un plan de développement
Assurer le suivi de ses prospects à transformer en clients et fidéliser

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques, et de mises en situation

La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

Validation et certification

Attestation de formation

Outils pédagogiques

Supports théoriques
Multiples cas pratiques et mises en situation
Outils et documents types

Contenu de la formation

Organiser sa prospection

Définir ses cibles
Constituer son fichier de prospection
Déterminer le potentiel et l'accessibilité des prospects
Planifier son activité
Choisir ses moyens de prospection : les techniques d'approche directe et indirecte

Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés

Qualifier ses interlocuteurs
Franchir les différents barrages
Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur
Argumenter le bénéfice du rendez-vous
Rebondir sur les objections courantes
Accepter le refus... pour mieux revenir

Réussir le premier entretien prospect en face-à-face

RÉFÉRENCE

COAV0009

CENTRES DE FORMATION

Senlis, Soissons, Amiens

DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures

ACCUEIL PSH

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

- 60 ans d'existence
- Une communauté de 3 100 alternantes
- 24 000 stagiaires formés par an
- 3 500 entreprises qui nous font confiance
- Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
- L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
- La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
- Une pédagogie active
- Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Réussir le premier contact par des comportements appropriés
Accrocher l'intérêt du prospect
Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites
Engager vers l'action : Argumenter pour convaincre
Conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue

Assurer le suivi de sa prospection

Mettre en place un plan de prospection
Créer un rythme de prospection, établir un plan de relance et de suivi
Saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect
Faire de chaque client un apporteur d'affaires

Modalité d'évaluation

L'évaluation des acquis est réalisée tout au long de la formation au travers des mises en situation et exercices proposés.