



Prospecter : la découverte du client



Mis à jour le 08/12/23

Objectifs

- Construire son plan et ses outils de prospection
- Acquérir une méthodologie pour organiser et planifier sa prospection, cibler et qualifier ses prospects, mesurer et analyser ses résultats
- Identifier les différents moyens pour prospecter et les compétences indispensables
- Savoir répondre aux objections de ses prospects
- Connaître les erreurs à ne pas commettre

Public

Commercial, Vendeur ou Assistante Commerciale en poste ou en devenir

Programme | Jour 1 – Atelier Compétences

Préparer ses appels

- Préparer les fichiers et argumentaires adaptés à la cible
- Créer un environnement propice à la prospection : temps, lieu, mental
- Repérer et qualifier les prospects
- Se fixer un objectif et un temps par appel

Savoir se présenter et susciter l'intérêt dès les premiers instants



- Appréhender le déroulé d'un entretien de prospection
- Valoriser et prendre appui sur l'interlocuteur quel qu'il soit, plutôt que de vouloir franchir ou contourner le « barrage secrétaire »
- Personnaliser le contact
- Capter l'intérêt du prospect, susciter son intérêt et l'inciter à l'action
- Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites
- Choisir un vocabulaire professionnel et adapté au téléphone, argumenter
- Adopter les attitudes pertinentes

Prendre rendez-vous

- Savoir proposer le rendez-vous au bon moment et en argumenter l'intérêt
- Rebondir sur les objections spécifiques et utiliser les arguments de l'interlocuteur
- Préserver la relation avec le prospect, même face à l'agressivité
- Conclure positivement l'entretien quelle que soit l'issue
- Apprendre à se remotiver après un appel non abouti

Finaliser la prospection

- Synthétiser les informations obtenues sur le prospect.
- Organiser le suivi de nos appels : établir un plan de relance, gérer les rappels, les fiches clients, suivre ses résultats, se fixer des indicateurs
- Faire le point et se fixer de nouveaux objectifs pour un éventuel second entretien de prospection
- S'auto-analyser pour augmenter son taux de réussite

Programme | Jour 2 – Mise en pratique

Accompagnement à la réalisation du plan et des actions de prospection

- Choix de la cible
- Préparation du plan de prospection
- Réalisation de l'argumentaire et des phrases d'accroche
- Entraînement aux appels et/ou entretiens de prospection en face à face
- Préparation du tableau de suivi

DURÉE & DATES

2 jours soit **14 heures**

- 14-16 février 2024
- 09-10 octobre 2024

COÛT



830 € nets de taxes / pers.

EFFECTIFS

Min. : 3 participants

Max. : 8 participants

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Apports théoriques et échanges, mises en situation, jeux pédagogiques, exercices
- Séances de formation en salle
- Supports de cours fournis aux stagiaires au format papier ou numérique.

SUIVI ET ÉVALUATION

- Signature de feuilles d'émargement.
- Évaluation sous forme de questions orales ou écrites (QCM), mises en situation.
- Questionnaire de satisfaction.
- Attestation de formation.

ENCADREMENT

Consultant Formateur en Techniques Commerciales.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pensez à nous prévenir **au moins 2 semaines avant la formation** afin que nous puissions nous adapter, au cas par cas, en collaboration avec notre référent handicap ou tout autre partenaire compétent.

Nos salles sont accessibles aux personnes à mobilité réduite et des places leur sont réservées sur notre parking.

Consultez [notre charte d'accueil](#)

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Cliquez [ici](#) pour consulter les modalités d'inscription de **CCI Portes de Normandie**

DÉROULEMENT DE LA FORMATION

Cliquez [ici](#) pour découvrir le déroulement des formations de **CCI Portes de Normandie**.

TAUX DE REUSSITE AUX CERTIFICATIONS



Retrouvez nos certifications professionnelles [ici](#) et les taux de réussite [ici](#)

[BESOINS D'INFOS](#)

DANS LE MEME DOMAINE

[Adopter une stratégie commerciale et définir un plan d'action](#)

[Fidéliser sa clientèle](#)

[\[CCE\] Mener une négociation commerciale](#)

[Les fondamentaux du marketing, exploiter une base de données](#)

[Maîtriser l'entretien de vente](#)

[Négocier et défendre ses marges](#)

[Optimiser l'accueil client](#)

[Prospecter : la découverte du client](#)

[Stratégie de communication et sa déclinaison sur le Web](#)

[Réaliser une étude de marché](#)

[Traiter efficacement les réclamations](#)

[ACCUEIL](#)