

Conquérir de nouveaux clients et les fidéliser

FINALITÉ

Evaluation : Analyse des mises en situation avec les autres participants sous le contrôle du formateur

Sanction visée : Attestation de compétences.

Suivi : Chaque stagiaire devra émarger matin et après-midi la feuille de présence. En fin de formation, chaque stagiaire remplira une fiche d'évaluation.

Ce module peut s'inscrire dans le Bloc 2 « Gérer et Optimiser l'activité commerciale sur un secteur géographique » du Titre Professionnel de Négociateur Technico-Commercial

OBJECTIFS

Mettre en place une dynamique de prospection motivante et efficace
Déterminer les cibles et préparer son plan de prospection
Transformer ses prospects en clients

PUBLIC

Tout salarié en charge des activités commerciales au sein de son entreprise depuis plus d'un an (Conseiller commercial, Attaché commercial ...)

PRÉREQUIS

Niveau d'études conseillé : Bac/Bac +2

Informations pratiques

SESSIONS

- 08 avril à Émerainville

DURÉE

2 jours soit 14 heures

TARIF NET

700 €

Programme

Analyser et hiérarchiser son portefeuille client / prospects

Hiérarchiser l'existant / le potentiel de développement Atelier individuel : effectuer le mapping de son portefeuille Boîte à outils : typologies de clients

Organiser sa prospection en fonction du mapping effectué Définir ses objectifs et priorités.

Élaborer ses stratégies en fonction des groupes de son territoire commercial. Focus : les stratégies de e-prospection.

Préparer des argumentaires percutants. **Préparer au mieux sa prospection** Exploiter les données client: créer un bon fichier de prospection. Choisir les bons outils : publipostage, emailing, téléphone, réseaux-sociaux... Obtenir des rendez-vous qualifiés : réussir à franchir les barrages.

Réussir son entretien

Déterminer ses objectifs SMART. Cultiver un mental de chasseur. Séduire et convaincre son prospect : susciter une appréciation favorable et durable, communication non verbale, communication persuasive. Découvrir les besoins du prospect.

Focus : l'entretien en face à face et par téléphone. Traiter les objections et les cas difficiles : méthode en 4 temps. **Assurer le suivi et transformer le prospect en client actif** Établir une relation à long terme. Créer l'envie chez son prospect. Boîte à outils : outils de suivi, techniques de relance.