



1

PROGRAMME DE FORMATION

PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

Objectifs pédagogiques

- Identifier les cibles de prospection les plus pertinentes
- Organiser son action de prospection commerciale
- Retrouver l'envie de prospecter
- S'entraîner à mettre en pratique les bons réflexes
- Transformer ses contacts en opportunités
- Relever les challenges de prospection

Prérequis

Aucun prérequis n'est nécessaire.

Public concerné

Toutes personnes souhaitant gagner de nouveaux clients

Moyens et supports pédagogiques

Formation en distanciel (Visio) : Cours particuliers ou en groupe dispensés en Visio par l'un de nos formateurs.

Formation en présentiel : Cours particuliers ou en groupe dispensés en présentiel par l'un de nos formateurs.

Moyens d'évaluation des acquis

A chaque fin de cours, des exercices (mise en situation) seront effectués afin d'estimer la compréhension globale du cours.

Moyens d'encadrement

Le stagiaire sera contacté par le formateur au démarrage de sa formation, pour évaluer ses besoins, envies, et objectifs de celle-ci.

Suite à ce premier contact, nous serons disponibles pour le stagiaire à tout moment pendant toute la durée de sa formation par téléphone ou par mail.

Un suivi régulier et périodique sera effectué tout au long de son parcours.

Description de la formation :

Bâtir son plan et préparer sa prospection

- Déterminer les cibles à développer ou à renforcer
- Développer un style clair, direct et concis
- Focaliser son énergie en tenant compte du potentiel du compte
- Préparer ses données et ses argumentaires

Bien choisir ses outils et stratégies de prospection

- Mailing, téléphone, etc.
- Salons, petits-déjeuners, conférences, etc.
- Exploiter les fichiers : les principes-clés, Internet
- Cartographier son réseau

Se motiver et oser prospecter différemment

- Renouveler ses scénarios d'approche et d'accroche
- Entretenir sa motivation : jouer, penser positif, relativiser l'échec, accepter le non
- Améliorer son organisation personnelle, gérer son temps
- Ritualiser ses relances : les règles d'or

Prendre des rendez-vous avec des décideurs

- Les trucs et astuces pour passer les barrages
- Les stéréotypes de la téléprospection : éviter ce que vos prospects entendent à longueur de journée
- Travailler une accroche qui résonne chez vos prospects
- Répondre aux objections les plus courantes



3

Prospecter avec les réseaux sociaux

- Utiliser tout le potentiel des réseaux sociaux avec tact
- Identifier les meilleures pratiques et les approches à éviter
- Trouver avec facilité les informations décisives sur vos prospects
- Construire son réseau de prospection
- Utiliser les réseaux sociaux pour faire vivre son action de prospection dans la durée

Finalisation de la formation

- Conclusion
- Estimation des acquis de connaissance des stagiaires par le formateur