



FORMATION EN PRESENTIEL ET/OU EN DISTANCIEL (SELON LE THEME)

PROSPECTION COMMERCIALE

Dernière mise à jour le 16/10/2024.

OBJECTIF

Acquérir les techniques de prospection au téléphone et en face-à-face

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

- Savoir choisir ses cibles
- Savoir choisir entre prospection téléphonique ou face à face
- Savoir dépasser les barrières des objections
- Savoir préparer sa prospection commerciale

PUBLIC CONCERNÉ

Commercial, business developer

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Vous pouvez vous inscrire pour suivre une de nos formations jusqu'à la veille de la date de démarrage si la formation est financée directement par votre entreprise ET si le nombre maximum de participants n'est pas atteint. Si la formation est financée via un OPCO, vous devez au préalable avoir obtenu un accord de ce dernier.

MODALITÉS DE DÉROULEMENT DE L'ACTION DE FORMATION

Formation présentielle ou distancielle dispensée par un formateur expérimenté en formation et coaching dans le développement de leur activité commerciale. La formation alterne des exposés théoriques, des démonstrations et la mise en pratique au travers d'exercices et de cas concrets.

Tarif

890 € HT
par participant

Réf.

Procom

Contact

0465260114
contact@univlearn.fr
<https://univlearn.fr/>

PRÉ-REQUIS

- Aucun prérequis

MÉTHODES ET MOYENS MOBILISÉS

Audit téléphonique effectué par notre consultant formateur afin d'adapter le contenu aux besoins de l'entreprise. Evaluation des acquis tout au long de la formation à travers des Tps, des Quizz ; Evaluation de satisfaction de fin de formation ; Attestation de fin de formation précisant les modules acquis et en cours d'acquisition.



Niveau

Autres formations
professionnelles continues



Modalité

Présentiel



Effectif par session

1 mini > 6 maxi



Durée

7 heures / 1 jour(s)



PROGRAMME

Organiser et préparer sa prospection

Comprendre l'enjeu d'une bonne préparation

Choisir entre prospection téléphonique ou « face-à-face », suivant l'activité et son propre profil (VAK) : avantages et inconvénients de chaque méthode.

Choisir efficacement ses cibles en prenant en compte les potentiels clients

Travailler un périmètre de prospection en tulipe et ou escargot afin d'optimiser son organisation

Déterminer son ou ses objectifs de prospection et s'y tenir

Se préparer mentalement à l'action

Savoir chercher et utiliser efficacement des informations pertinentes sur les prospects (activité, dirigeant, intérêt probable pour les produits / services à proposer)

Préparer quelques questions à poser

Déterminer son « cheval de Troie » en fonction du prospect et des éléments de préparation

Les « règles » en termes de taux de transformation (nombre de rendez-vous vs nombre d'appels) afin d'apprendre à rationaliser la prospection et surtout à ne pas se décourager

LES PLUS

Les ateliers de la formation seront adaptés aux besoins et niveau des participants

INTERVENANT(S)

Formateur et Coach spécialisé dans les techniques de Vente

ÉVALUATION

Chaque module de cours est concrétisé par un TP afin de permettre l'acquisition d'un vrai savoir-faire sur tous les points abordés

ATTRIBUTION FINALE

Attestation des compétences acquises dans la prospection commerciale