

**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

**Prérequis**

En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.

**Objectif opérationnel**

Gagner de nouveaux prospects en regroupant différentes méthodes de développement de la clientèle.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- S'approprier sa fonction de commercial.
- Créer un fichier de prospection adapté à son activité.
- Identifier les canaux de prospection pour construire une prospection efficace.
- Optimiser son utilisation des réseaux sociaux.
- Construire un argumentaire téléphonique.
- S'approprier les usages du téléphone pour prendre des RDV.
- Appliquer les techniques de prises de rendez-vous téléphoniques.
- Analyser les moments pour prospecter différemment (recommandations, autres réseaux).

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Analyser son activité de développement

- Identifier ses objectifs de prospection.
- Définir ses attentes en terme de résultats.
- L'objectif de l'outil téléphone.

2- Créer un fichier de prospection

- Définir sa cible.
- Trier les informations pertinentes.
- Organiser sa prospection dans son agenda.
- Créer des indicateurs d'efforts et de performance.

3- S'initier aux différents réseaux sociaux

- Identifier les réseaux utiles à son fonctionnement.
- Définir des objectifs spécifiques avec les réseaux sociaux.
- Créer une identité visuelle (calendrier éditorial).
- Aborder un prospect par des messages personnalisés.
- Utiliser les logiciels d'automatisation.

PROGRAMME Jour 2

4- Les différentes étapes d'une prospection téléphonique

- Identifier les bonnes pratiques téléphoniques.
- Se préparer et s'entraîner notamment sur :
 - La prise de contact à froid.
 - La prise de contact combiné.
 - La gestion des refus.
 - La collecte d'information.
- Mettre en œuvre l'entretien de prospection.
- Décomposer ses résultats.

5- Utiliser la recommandation

- Reconnaître les moments propices pour recommander.
- Créer une méthodologie de recommandation.

6- S'approprier le fonctionnement du réseautage

- Analyser les réseaux appropriés selon son activité.
- Préparer sa sortie réseaux.
- Identifier les comportements gagnants lors d'événements réseaux.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.