Dernière mise à jour : 12/07/2021

Programme de l'action de formation

Savoir détecter des opportunités

Public

Tout salarié en charge de prospecter

*Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Prérequis

Aucun

Durée

14,00 heures

Tarif

1 280,00 € HT

Objectifs

- **Utiliser les techniques de prospection et de détection de leads**
- **Identifier / sélectionner les bons interlocuteurs**
- **Obtenir des rendez-vous commerciaux qualifiés**
- **Savoir répondre aux objections**
- **Apprendre à aimer prospecter**

Modalités pédagogiques

Formation en présentiel (ou adaptée en distanciel au besoin)

Moyens et supports pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques & d'échanges de pratique

- Etudes de cas en sous-groupe adaptés au besoin et au contexte

- Mises en situation sur cas apportés par les participants, suivi d'un debriefing et de feedbacks

- Construction de son plan d'action individuel

Après la formation : Mise à disposition des supports de présentation, de fiches techniques et d'éléments bibliographiques sur la plateforme en ligne

Modalités d'évaluation

Avant la formation :

- Questionnaire de positionnement et d'auto-évaluation de ses connaissances et pratiques, expression de ses attentes

Pendant la formation :

- Tour de table d'évaluation des acquis avant de commencer la formation

- Mises en situation avec feedback immédiat

- Quiz d'évaluation des acquis dans l'après-midi (à l'aide de l'outil Beekast)

Après la formation :

- Questionnaire à chaud

- Questionnaire à froid au bout de 3 mois

- Entretien de suivi

Programme

1. IDENTIFICATION DES ENJEUX DE LA PROSPECTION

- pour l'entreprise
- pour le collaborateur ayant une mission de prospection
- pour les prospects

2. LES MÉTHODES POUR DÉTECTER DES LEADS ET LES QUALIFIER

- la définition d'un lead ou d'un suspect
- l'identification de leads par l'achat de fichiers, les clusters et pôles de compétitivité, les réseaux sociaux professionnels, les publications et livres blancs, les rencontres via les organisations professionnelles métiers, filière, syndicale, la presse professionnelle, les newsletters, les salons professionnels
- la qualification d'un lead, de son potentiel et des interlocuteurs cibles

3. LES OUTILS DE LA PROSPECTION

- les informations clés à recueillir
- les outils de ciblage et de qualification
- les limites d'Excel et d'Outlook
- l'utilité des logiciels de gestion de la relation client (CRM)
- les gains de temps générés par une bonne association de logiciels

Programme

4. LES INGRÉDIENTS D'UNE BONNE PRÉPARATION

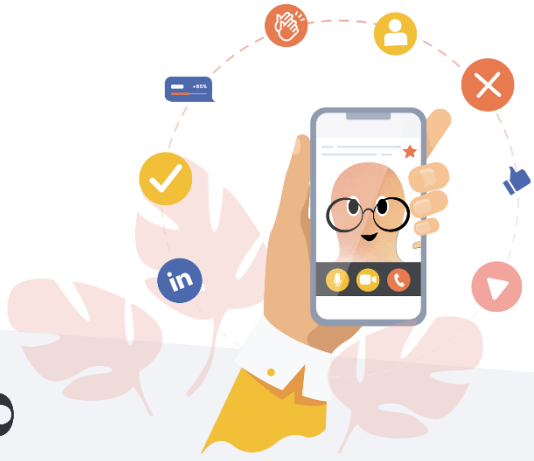
- le passage du barrage de l'accueil
- le script d'appel de la prospection téléphonique pour la qualification de lead, la prise de RDV, la détection de projet et les appels d'offres publics et privés
- le traitement des objections
- le pitch pour une prise de contact en face à face
- la préparation matérielle : codes vestimentaires et cartes de visites
- l'écriture d'un premier mail, d'une demande de contact sur LinkedIn
- la préparation mentale et les croyances motivantes de la prospection

5. LES BONNES PRATIQUES DE LA COMMUNICATION AU TÉLÉPHONE

- l'impact de sa communication verbale, paraverbale et non verbale
- la posture, l'ergonomie et l'environnement pour augmenter sa confiance
- la matrice Existence / Écoute pour un dialogue constructif

6. ENTRAINEMENT ET PLAN D'ACTION

- entrainement à mener des entretiens de prospection sur des mises en situations à partir de scenarii avec débriefing des points forts et des axes de progrès
- élaboration d'un plan d'action concret individuel pour détecter les opportunités



SAPIO

3D allée Claude Debussy – 69130 Ecully
04.74.01.47.63 – camille@sapio.fr
www.sapio.fr