

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés  
du dispositif 2018 - 2019

100 %

## FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

## FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS  
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE  
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Déterminer les cibles et préparer son plan de prospection (Plan d'action commercial) ;
- Connaître les meilleures techniques pour obtenir des RDV qualifiés, transformer les prospects en clients ;
- Savoir défendre ses prix et ses marges.

## PRÉ REQUIS

Expérience en prospection commerciale souhaitable.

## DURÉE

14 heures

# PROGRAMME DÉTAILLÉ

## ***Jour 1 : matin***

### ***Organiser sa prospection***

- Définir ses cibles.
- Constituer son fichier de prospection.
- Déterminer le potentiel et l'accessibilité des prospects.
- Choisir ses moyens de prospection :
  - les techniques d'approche directe : mailing, téléphone, e-mailing ;
  - les techniques d'approche indirecte : salons, conférences, webinars, recommandation, essai gratuit ;
  - les réseaux sociaux.

Mise en situation : ateliers pratiques : mes outils de prospection.

## ***Jour 1 : après-midi***

### ***Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés***

- Qualifier ses interlocuteurs.
- Franchir les différents barrages.
- Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur.
- Argumenter le bénéfice du rendez-vous.
- Rebondir sur les objections courantes.
- Accepter le refus... pour mieux revenir.

Mise en situation : entraînements à la prise de rendez-vous téléphoniques.

## ***Jour 2 : matin***

### ***Réussir le premier entretien prospect en face-à-face***

- Réussir le premier contact par des comportements appropriés.
- Accrocher l'intérêt du prospect.
- Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites.
- Engager vers l'action : argumenter pour convaincre.
- Conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue.

Mise en situation : atelier sur le face à face de prospection.

## ***Jour 2 : après-midi***

### ***Assurer le suivi de sa prospection***

- Mettre en place un plan de prospection.
- Créer un rythme de prospection.
- Établir un plan de relance et de suivi.
- Saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect.
- Faire de chaque client un apporteur d'affaires.

Mise en situation : construction de son plan de prospection.

## LIEU

En Ile-De-France : Nos bureaux sont situés au 5 Avenue du Général de Gaulle - 94160 St-Mandé (50 mètres du métro Saint-Mandé Ligne 1).

Nous pouvons aussi organiser les formations sur Paris ou Région-Parisienne.

En dehors d'Ile-De-France : Lyon, Marseille, Lille, Toulouse, Bordeaux, Strasbourg, Nice, Toulon, Montpellier (Nous travaillons avec des sociétés prestataires de location de salles sur ces villes).

La formation peut aussi se dérouler en intra-entreprise sur toute la France (avec exclusivement des salariés de votre entreprise) en vos locaux ou à l'extérieur de vos locaux.

HM Formation s'assurera que l'entreprise cliente dispose des moyens techniques afin de pouvoir accueillir la formation.

## ÉVALUATION

Tests sous forme de QCM ou QUIZZ complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

## FORMAT DE LA FORMATION (Inter, Intra, Digitale...)

INTER et INTRA-ENTREPRISE