

Formation Prospector de nouveaux clients (ACN Atlas)

Durée :	2 jours
Public :	Commerciaux
Pré-requis :	Aucun
Objectifs :	Organiser sa prospection : stratégie et objectifs - Maîtriser les techniques de prospection traditionnelles et digitales - Adapter les outils à ses objectifs - Mettre en oeuvre des actions commerciales ciblées - Suivre son activité avec des indicateurs pertinents
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	COM101630-F
Note de satisfaction des participants:	4,82 / 5

Les enjeux de la prospection

Qu'est-ce que prospector ?
Définir des nouveaux marchés potentiels
Communiquer dynamiquement auprès de son marché
Participer à la croissance de son entreprise

Préparer sa prospection

Qui sont mes clients potentiels ? Quelle est la cible type de l'entreprise ?
Quelles sont les fonctions / intitulés de postes qui achètent habituellement les produits / services de mon entreprise ?
Quelles sont les sources pour obtenir les contacts ?
Les différents canaux de prospection (phoning, mail, face à face, salons, JPO...)
Les différents supports de communication

Atelier : lister les cibles potentielles de son entreprise selon la méthode SCP

Planifier la prospection

Organisation générale
Phase de phoning
Phase de rendez-vous
Phase de compte-rendu et débrief avec ses supérieurs
L'analyse de la prospection

Atelier : Organiser sa prospection en fonction de son activité, du phoning et des rendez-vous
Atelier : Effectuer un compte rendu de son rendez-vous

La prospection téléphonique : phoning

La trame de phoning
Communiquer efficacement et de manière positive (5P, DIVAS)
Comment éviter les barrages ? assistants, secrétaires
Traiter les objections
Bonnes pratiques

Atelier : mises en situations + débriefing

Concevoir un mail de prospection pour une prise de RDV

Utiliser de bonnes bases de données
Susciter l'intérêt avec un objet percutant
Soigner son contenu et structurer son courriel

Atelier : rédactions de mails pour une prise de RDV

Prospecter sur les réseaux sociaux professionnels : LinkedIn

Créer/gérer son profil en ligne
Rechercher des décideurs sur les réseaux sociaux pro
Faire vivre son réseau
Les recommandations

Atelier : Cas pratique de prospection sur LinkedIn