

PROGRAMME DE L’ACTION DE FORMATION REALISEE

« Construire en équipe votre action de prospection commerciale »

**Objectifs pédagogiques :**

A l’issue de cette formation, le stagiaire doit être capable de :

# Partager leurs pratiques de prospection commerciales

* **Formaliser les méthodes de prospections gagnantes**

# Définir les éléments d’un plan de prospection commerciale commun.

**Public et Prérequis :** Tout public en relation client. Aucun pré requis.

**Délai d’accès :** Limite d’inscription 15 jours avant la date de démarrage de la formation.

**Durée et lieu :** 14h00 heures dans les locaux de l’entreprise du client ou d’Ausus Formation 114-116 rue Albert Poulain 08700 Nouzonville.

**Contenu pédagogique :**

**Mieux se connaitre**

Quel est votre « profil social » et celui de vos collègues.

Formaliser l’importance de la posture : test vos « positions de vie ».

# Définir l’enjeu de la prospection

Enjeux pour l’entreprise, le client et le salarié. Être au clair avec ma représentation du prospect.

# Identifier les éléments qui constituent votre démarche de prospection commerciale actuelle

Quelles sont vos offres ? Quelles sont vos cibles ?

Définir vos éléments différenciants par rapport aux concurrents.

Identifier vos canaux de prospection : En face à face, le téléphone, l’e-mail, les réseaux sociaux et les autres vecteurs.

# Partager vos pratiques de prospection commerciales

Lister vos pratiques actuelles. Partager vos réussites / vos difficultés.

# Comment concevoir un plan de prospection commerciale ?

Ecrire son objectif commercial SMART et déterminer sa cible prioritaire.

Décider de l’objet de la prospection : qualification, prise de RDV, diagnostic, devis ?

Préparer la prospection : exploiter le fichier client ou l’outil CRM existant. Choisir le canal de prospection. Réaliser la prospection : de la prise de contact au compte rendu.

Suivre le prospect : l’incontournable et indispensable relance.

# Présenter votre plan de prospection commerciale idéal

**Ecrire une ébauche de votre plan de prospection commerciale commun**

Définir les éléments de votre plan : pour qui, quoi, comment, par qui, quand, combien. Lister les indicateurs de suivi commerciaux actuels.

Définir les indicateurs de suivi commerciaux pertinents à suivre pour l’ensemble de l’équipe.

**Méthodes pédagogiques, techniques et d’encadrement :**

Apports théoriques. Exercices pratiques. Echanges en atelier. Réalisation d’un plan d’action personnel et collectif.

Remise d’un livret au stagiaire.

# Suivi et évaluation des résultats :

Document d’évaluation de satisfaction

Attestation de présence et de formation individualisée

Modalités d’évaluation : à chaud (contrôle continu -test ou quizz) et à froid (réunion questions/réponses).

**Moyens techniques :** Salle, ordinateur, vidéoprojecteur, paperboard.

**Tarif :** sur demande.

**L’intervenante :** Isabelle GILLE formatrice depuis 2010, certifiée formatrice ICPF & PSI CNEFOP et référencée Datadock depuis juillet 2017, formée au Codéveloppement Professionnel depuis mars 2019.

**Contact :** Pour tous renseignements complémentaires : Isabelle Gille 06/07/65/42/21 – isabelle.gille@ausus.fr

**Accessibilité personnes handicapées :** Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à me contacter directement, afin d’étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

**Document mis à jour le 14/12/22**