

## **ANNEXE 1 : PROGRAMME DE L'ACTION DE FORMATION REALISEE « Construire en équipe votre action de prospection commerciale »**

### **Objectifs :**

**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.

### **Contenu :**

#### **Mieux se connaître**

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.

Etre 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.

### **Public et Pré requis :**

Tout public en relation client.

Aucun pré requis.

### **Méthodes pédagogiques, techniques et d'encadrement :**

Pédagogie interactive.

Apports théoriques, échanges.

Réalisation d'un plan d'action personnel et collectif.

Remise d'un livret « papier » au stagiaire.

Intervenant : Isabelle GILLE.

### **Suivi et évaluation des résultats :**

Document d'évaluation de satisfaction.

Attestation de présence et de formation individualisée.

**Durée et lieu :** 14 heures dans les locaux de l'hôtel IBIS à Villers Semeuse (08000).