

Prospección de nuevos clientes

Curso práctico de 2 días - 14h

Ref.: ATS - Precio 2026: 1 120€ sin IVA

Al final del curso, los alumnos serán capaces de desarrollar una estrategia de prospección y aumentar su cartera de clientes.

OBJETIVOS PEDAGÓGICOS

Al término de la formación, el alumno podrá:

Organizar la prospección: estrategia y objetivos

Dominar las técnicas de prospección

Adaptar las herramientas a sus objetivos

Realización de campañas de ventas específicas

Seguimiento de su negocio

Ejercicios basados en los propios casos de los alumnos, autodiagnóstico, escenarios de entrevistas, juegos de rol telefónicos grabados.

PROGRAMA

última actualización: 02/2024

1) Preparar y organizar la prospección

- Haga balance de su cartera actual: matriz ABC.
- Identificar los sectores geográficos y los tipos de empresa a prospectar.
- Diseñar escenarios de prospección eficaces.
- Definición y elección de herramientas.

Ejercicio : Diagnóstico mediante la matriz DAFO. Elaboración de un plan de prospección y planificación de acciones.

2) Desarrollar una comunicación adaptada a la prospección

- Dominar las técnicas de comunicación interpersonal.
- Practicar la comunicación rápida: el Elevator Pitch.
- Adoptar una comunicación positiva y un lenguaje apropiado.
- Practicar la escucha activa.
- Identifique las posibles motivaciones del cliente potencial.
- Adaptar su comunicación al contexto: teléfono, cara a cara.

Escenario : Despierte el interés de su interlocutor por teléfono y cara a cara.

3) Prospección en línea: venta social

- Una visión general de las herramientas de prospección digital.
- Comprender el impacto de la venta social y definir una estrategia.
- Construir su identidad profesional.
- Descubra los métodos y prácticas de la auditoría social.

Ejercicio : Establecer contacto con éxito. Definir un perfil de cliente único. Crear un perfil de comprador. Presentar sus objetivos.

4) Superar el obstáculo de la presa

- Superar los obstáculos del teléfono y LinkedIn: consejos y buenas prácticas.
- Consigue que te recomienden en las redes sociales profesionales.

Escenario : Superación de obstáculos. Debriefing en grupo.

PARTICIPANTES

Cualquier empleado encargado de la prospección de ventas.

REQUISITOS PREVIOS

No se requieren conocimientos especiales.

COMPETENCIAS DEL FORMADOR

Los expertos que imparten la formación son especialistas en las materias tratadas. Han sido validados por nuestros equipos pedagógicos, tanto en el plano de los conocimientos profesionales como en el de la pedagogía, para cada curso que imparten. Cuentan al menos con entre cinco y diez años de experiencia en su área y ocupan o han ocupado puestos de responsabilidad en empresas.

MODALIDADES DE EVALUACIÓN

El formador evalúa los progresos pedagógicos del participante a lo largo de toda la formación mediante preguntas de opción múltiple, escenificaciones de situaciones, trabajos prácticos, etc.

El participante también completará una prueba de posicionamiento previo y posterior para validar las competencias adquiridas.

MEDIOS PEDAGÓGICOS Y TÉCNICOS

- Los medios pedagógicos y los métodos de enseñanza utilizados son principalmente: ayudas audiovisuales, documentación y soporte de cursos, ejercicios prácticos de aplicación y ejercicios corregidos para los cursillos prácticos, estudios de casos o presentación de casos reales para los seminarios de formación.
- Al final de cada cursillo o seminario, ORSYS facilita a los participantes un cuestionario de evaluación del curso que analizarán luego nuestros equipos pedagógicos.
- Al final de la formación se entrega una hoja de presencia por cada media jornada de presencia, así como un certificado de fin de formación si el alumno ha asistido a la totalidad de la sesión.

MODALIDADES Y PLAZOS DE ACCESO

La inscripción debe estar finalizada 24 horas antes del inicio de la formación.

ACCESIBILIDAD DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

¿Tiene alguna necesidad específica de accesibilidad? Póngase en contacto con la Sra. FOSSE, interlocutora sobre discapacidad, en la siguiente dirección psh-accueil@orsys.fr para estudiar de la mejor forma posible su solicitud y su viabilidad.

5) Utilizar las objeciones

- Comprender el mecanismo de los argumentos eficaces.
- Preparar respuestas a las objeciones.
- Aproveche la objeción como una oportunidad.
- Relajación en la entrega del premio.

Escenario : Tratar las objeciones de los clientes manteniendo la relación.

6) Gestionar su calendario de prospección

- Organice y programe su prospección telefónica y en línea.
- Crear un ritmo de prospección utilizando herramientas digitales.
- Domine su plan de acción de prospección.

Ejercicio : Organice su calendario de prospección en función del perfil de la misión.

FECHAS

Contacto