

Prospecter de nouveaux clients

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : ATS - Prix 2025 : 1 480 HT

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'élaborer une stratégie de prospection et d'accroître sa clientèle.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

- Organiser sa prospection : stratégie et objectifs
- Maîtriser les techniques de prospection
- Adapter les outils à ses objectifs
- Mettre en œuvre des actions commerciales ciblées
- Suivre son activité

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En complément de cette formation, ORSYS met à disposition des adhérents Atlas des modules de Mobile Learning. Ils seront disponibles 7 jours avant la formation et pendant 30 jours après la formation.

TRAVAUX PRATIQUES

Exercices s'appuyant sur les cas des stagiaires, autodiagnostic, mises en situation d'entretiens, jeux de rôle téléphoniques enregistrés.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 06/2024

1) Préparer et organiser sa prospection

- Faire l'état de son portefeuille actuel : matrice ABC.
- Identifier les secteurs géographiques et typologies d'entreprises à prospecter.
- Concevoir des scénarios de prospection efficaces.
- Définir et choisir les outils.

Exercice : Diagnostic à l'aide de la matrice SWOT. Elaborer son plan de prospection et planifier les actions.

2) Développer une communication adaptée à la prospection

- Maîtriser les techniques de communication interpersonnelle.
- S'entraîner à la communication rapide : l'Elevator Pitch.
- Adopter une communication positive, les éléments de langage adaptés.
- Pratiquer l'écoute active.
- Identifier les leviers potentiels de motivation du prospect.
- Adapter sa communication au contexte : téléphone, face à face.

Mise en situation : Susciter l'intérêt de son interlocuteur au téléphone et en face à face.

3) Prospecter via Internet : le social selling

- Tour d'horizon d'outils de prospection digitaux.
- Comprendre l'impact du social selling, définir une stratégie.
- Construire son identité professionnelle.
- Découvrir les méthodes et pratiques de l'audit social.

Exercice : Réussir sa prise de contact. Définir son profil client unique. Construire un "buyer persona". Présenter ses objectifs.

FINANCEMENT

Ce cours fait partie des actions collectives Atlas.

PARTICIPANTS

Tout collaborateur en charge de la prospection commerciale.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

4) Déjouer l'obstacle du barrage

- Surmonter le barrage au téléphone et sur LinkedIn : astuces et comportements à privilégier.
- Se faire recommander sur les réseaux sociaux professionnels.

Mise en situation : Dépasser les obstacles. Débriefing collectif.

5) Utiliser les objections

- Comprendre le mécanisme des arguments performants.
- Préparer ses réponses à objections.
- Utiliser l'objection comme une opportunité.
- Dédramatiser la présentation du prix.

Mise en situation : Gérer les objections des clients en maintenant la relation.

6) Gérer son planning de prospection

- Organiser et "timer" sa prospection téléphonique et en ligne.
- Créer un rythme de prospection grâce aux outils digitaux.
- Maîtriser son plan d'actions de prospection.

Exercice : Organiser son agenda de prospection par rapport au profil de la mission.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2025 : 05 juin, 11 août, 29 sept., 27 nov.

PARIS

2025 : 22 mai, 04 août, 22 sept., 20 nov.

LYON

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.

AIX-EN-PROVENCE

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.

BORDEAUX

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.

CLERMONT-FERRAND

2025 : 05 juin

DIJON

2025 : 05 juin

GRENOBLE

2025 : 05 juin

LILLE

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.

MONTPELLIER

2025 : 05 juin, 29 sept.

NANCY

2025 : 05 juin

NANTES

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.

RENNES

2025 : 05 juin, 29 sept.

BREST

2025 : 05 juin

MARSEILLE

2025 : 05 juin

AVIGNON

2025 : 05 juin

LE MANS

2025 : 22 mai

SOPHIA-ANTIPOLIS

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.

STRASBOURG

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.

TOULOUSE

2025 : 05 juin, 29 sept., 27 nov.