

Dynamiser sa prospection

2 jours
14 heures

COMF130.pdf



loging-formation.com

Objectifs

Amener les commerciaux à avoir une activité plus centrée sur la prospection Développer le portefeuille client Renforcer l'impact des propositions commerciales Améliorer son taux de transformation

Participants

Commerciaux Grands Comptes, Commerciaux Seniors, Juniors, Vendeurs itinérants

Prérequis

Exercer une activité commerciale

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Se motiver sur l'activité de prospection

Tester son assertivité

Tester sa propension à prospecter

Analyser et surmonter son stress et ses éventuels freins

Gérer son fichier Clients / Prospects

Gérer son territoire

Développer la prospection

La conquête de nouveaux clients

Organiser et planifier son action

Savoir développer un réseau pour une approche proactive/push

Dynamiser sa prospection

2 jours
14 heures

COMF130.pdf



loging-formation.com

Les techniques du «Sans rendez-vous »

Optimiser l'impact des propositions

Structurer son argumentaire

Défendre oralement sa proposition commerciale