

Les clés pour réussir sa prospection terrain

Modalités pédagogiques

Durée : 21 heures, 3 jours

Horaires : 9h00-12h30 et 13h30-17h00

Lieu : Voir convention

Participants : 1 mini – 8 max

Dates : Voir convention

Niveau : Initiation

Présentation de la formation

La prospection terrain est une méthode de démarchage commercial, qui consiste à aller à la rencontre physique des prospects, sur leur lieu d'activité. L'objectif est de présenter à des clients potentiels les produits ou services de l'entreprise, et récolter leur contact en vue de conclure une vente. Au cours de cette formation, vous apprendrez à maîtriser les méthodes de prospection et à mener vos entretiens pour développer vos ventes.

Objectifs de fin de formation

A la fin de la formation l'apprenant sera capable de :

- Maîtriser les méthodes pour préparer et organiser sa prospection
- Développer une écoute active
- Mener efficacement votre premier entretien et développer vos ventes

Public visé et Prérequis

Public visé : Commerciaux, chargé de prospection, assistants commerciaux et toute personne étant en contact avec la clientèle.

Prérequis : Maîtriser la langue française.

Positionnement avant la formation

Le niveau de connaissance des stagiaires sera évalué avant la formation via un questionnaire en ligne réalisé par le formateur.

Objectifs et contenus pédagogiques par demi-journée

Jour 1

Matin

Préparer et organiser la prospection

- Définir les objectifs, les cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de son entreprise.
- Recenser les typologies d'entreprises à contacter : recherche de fichiers, segmentation.
- Créer un fichier de prospects

Préparer son argumentaire

- Prévoir les scénarios de prospection
- L'argumentation personnalisée (produit + client).
- Concevoir des documents et supports.
- Rendre cohérents les actions et les outils.

Après-midi

Maîtriser la prospection physique

- Conduire un premier entretien
- Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure
- Démontrer sa capacité d'écoute du prospect pour favoriser sa confiance
- Susciter l'intérêt d'un prospect : les stratégies de questionnements gagnantes
- Engager vers l'action : argumenter pour convaincre

Mettre en place un suivi

- Prévoir un suivi prospection : élaborer une liste de clients potentiels
- Relancer par téléphone pour vendre ou reprendre RDV
- Suivre régulièrement les prospects
- Qualifier en performance les informations recueillies.

Jour 2

Matin

Maîtriser les méthodes d'écoute et de reformulation

- Valoriser la relation humaine
- Poser les bonnes questions
 - Contexte
 - Préoccupations
 - Attentes
 - Implication
- Reformuler les attentes
- Entretenir une relation positive avec le prospect

Après-midi

Mise en situation

- Exercice d'application des techniques de prospection physique
- Simulation d'entretiens pour l'écoute active

Jour 3

Matin

Comprendre la négociation B to B

- Technique
- Stratégie
- Tactique de négociation

Maîtriser ses émotions

- Identifier les différents types d'émotions
- Savoir réagir "à froid"
- Adopter une attitude professionnelle
- Affronter les situations non maîtrisées
- Techniques pour maîtriser ses émotions

Susciter l'intérêt et créer le lien avec le client

- Identifier les informations utiles avant le RDV
- Réussir le 1er contact
- Créer une accroche vendeuse
- Interagir avec le client

Après-midi

Recueillir les trois types d'informations utiles pour un diagnostic exhaustif

- Besoins
- Enjeux
- Motivations personnelles

Apprendre à écarter les objections

- 5 façons de répondre aux objections
- Règles générales pour répondre aux objections.
- Comment surmonter les objections
- Parades d'objections les plus fréquentes rencontrées

Moyens pédagogiques et techniques mis en œuvre

Moyens pédagogiques :

Moyens et méthodes pédagogiques : La formation alternera théorie et pratique avec des exercices, cas pratiques et mises en situation.

Supports : Un support de cours sera remis à chaque apprenant.

Moyens techniques :

Moyens mis à disposition : Salle équipée de tables et chaises, connexion internet, vidéoprojecteur ou projection des supports sur un écran LCD

Matériel requis : Ordinateur personnel autorisé.

Modalités d'évaluation

Avant la formation : une évaluation en ligne sur le positionnement du stagiaire

Pendant la formation : exercices, quiz, QCM et mises en situation tout au long de la formation pour tester vos connaissances et évaluer votre progression.

En fin de formation : un questionnaire à choix multiple permettra de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

Critère d'évaluation :

- Un score de 75% de bonnes réponses doit être obtenu pour la validation des acquis.

Après la formation : une évaluation est réalisée à 6 mois pour évaluer l'impact de la formation sur la pratique professionnelle du stagiaire

Moyens d'encadrement

Formateur spécialisé en commerce et vente depuis plus de 10 ans.

Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

Suivi de l'exécution :

- Feuille d'émargement par demi-journée signée par chaque stagiaire et par le formateur
- Remise d'une attestation d'assiduité individuelle à la fin de la formation

Appréciation des résultats :

- Évaluation formative continue durant la session
- Remise d'une attestation de fin de formation
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation

Sanction de la formation

Remise d'une attestation de fin de formation

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous souhaitons que tout le monde puisse bénéficier et accéder à nos formations. C'est pourquoi, notre organisme de formation vous propose d'étudier les possibilités d'aménagement au cas par cas. Pour cela merci de contacter le Référent Handicap au 09 51 04 21 45 ou par mail à handicap@passpro.fr.