



CONQUERIR DE NOUVEAUX CLIENTS

Objectifs de la formation

Objectif opérationnel

Maîtriser son approche prospective afin d'attirer et de gagner de nouveaux clients et ainsi développer son activité.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de :

- Analyser le marché et savoir se positionner
- Maîtriser les techniques de prospection client
- Définir une stratégie de prospection pour la conquête de nouveaux clients
- Mettre en place les actions efficaces pour enrichir les perspectives de vente.

LE PROGRAMME DE FORMATION

1/ La compréhension du marché, l'analyse et la segmentation du portefeuille client

- Les techniques d'analyse du marché :

Définir le marché : les entreprises du bâtiment en France, la spécificité des appels d'offres.

Déterminer la taille du marché : les potentialités avec la règle du CA/individu.

Évaluer la concurrence : prix, produits, place, promotion.

Réaliser une « veille produits » et les nouvelles attentes des clients : partenariats avec les industriels, newsletters, opérations de proximité.

La gestion du portefeuille client :

Identifier les différentes catégories de prospects/clients et leur potentiel de développement.

Établir une typologie de la cible : les différentes grilles de segmentation d'une clientèle.

Identifier les spécificités de la relation client pour chaque catégorie. Appliquer l'analyse de la QRC (Qualité de la Relation Client).



Dates des sessions 2023

SEMESTRE 1

Session 1 > LYON : 28 et 29 mars 2023

Session 2 > PARIS : 18 et 19 avril 2023

Session 3 > AIX-EN-PROVENCE : 9 et 10 mai 2023

SEMESTRE 2

Session 1 > LYON : 21 et 22 septembre 2023

Session 2 > PARIS : 24 et 25 octobre 2023

Session 3 > AIX-EN-PROVENCE : 21 et 22 novembre 2023

Durée :

- 14H en deux modules de 7H

Public visé :

- Vendeurs en salle d'exposition

Prérequis nécessaires :

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarifs :

- 600€ HT par journée et par personne
- 1 200€ HT pour l'ensemble
- Repas de midi offert

INFORMATIONS POUR VOS INSCRIPTIONS



Inès SID

Chargée de projet formation

i.sid@2nd-academy.fr

07 86 83 73 82



Cédric ANGELI

Directeur

c.angeli@2nd-academy.fr

06 25 70 65 36

2/ L'élaboration d'un plan de prospection

- L'organisation de sa prospection en fonction de son territoire commercial :

Définir ses cibles, ses objectifs et ses priorités à court, moyen et long terme.

Élaborer ses stratégies en fonction de sa segmentation sur son territoire commercial.

La préparation de sa prospection :

Exploiter les données client : créer un bon fichier de prospection et/ou utiliser efficacement le système d'information commercial existant. Les règles pour un fichier qualifié et fonctionnel.

Choisir les bons outils : Les techniques d'approche directe : mailing, téléphone, e-mailing. Concevoir un emailing simple.

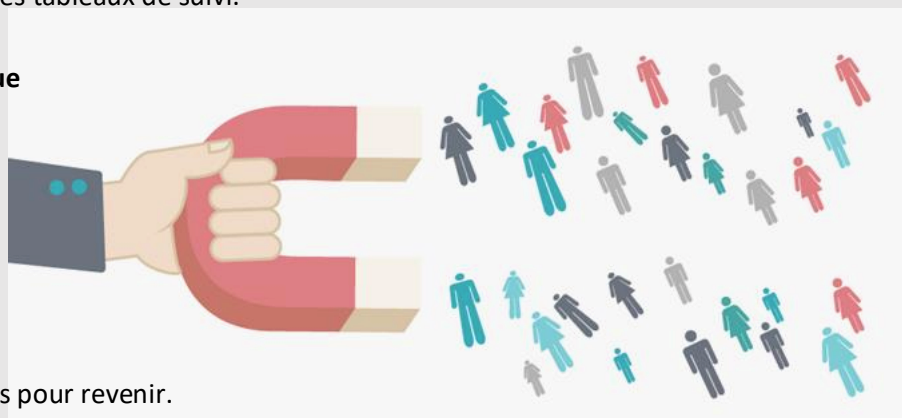
Les techniques d'approche indirecte : salons, conférences, webinaires, recommandation, essai gratuit.

Focus sur les réseaux sociaux/le digital.

Construire un planning de prospection et des tableaux de suivi.

3/ La prospection téléphonique

- Qualifier ses interlocuteurs.
- Franchir les différents barrages.
- Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur.
- Argumenter le bénéfice du rendez-vous.
- Rebondir sur les objections courantes.
- Accepter le refus et trouver des alternatives pour revenir.



4/ La prospection en face à face

- Réussir le premier contact par des comportements appropriés.
- Accrocher l'intérêt du prospect. Utiliser la méthode AIDA pour susciter de l'intérêt.
- Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites.
- Engager vers l'action : argumenter pour convaincre.
- Conclure positivement l'entretien même si celui-ci n'aboutit pas.



NOS METHODES ET SUPPORTS DE FORMATION

Toutes nos formations sont découpées en séquences qui répondent à un objectif précis.

Les séquences regroupent un ensemble de méthodes affirmatives et actives pour permettre aux stagiaires d'ancrer la théorie par la mise en pratique, de partager leurs expériences et progresser ensemble :

- Exercices en groupe
- Réflexion individuelle
- Partage d'idées et d'expériences
- Mises en situations filmées
- Training individuel intensif...

Des ressources pédagogiques papiers ou numériques sont remis à chaque fin de formation.

Une attestation de fin de formation avec atteinte des objectifs est remise à chaque stagiaire.

Un certificat de réalisation et/ou de présence est fourni et adressé au commanditaire employeur.

Modalités d'évaluation (pré-formation)

Positionnement et recueil des attentes :

Pour toutes nos formations :

Si la formation exige des prérequis, un test de positionnement est transmis en amont de la formation aux apprenants afin de s'assurer qu'ils disposent des connaissances, savoir-faire et savoir-être nécessaire pour suivre correctement cette formation.

Au démarrage de chaque formation, pour s'assurer que les objectifs de l'apprenant soient en adéquation avec les objectifs de la formation, nos formateurs réalisent un tour de table permettant d'évaluer le niveau initial de chaque apprenant, leurs attentes, ainsi que leurs représentations, leurs certitudes et leurs idées reçues, sur la thématique de l'action de formation.



Modalités d'évaluation (post-formation)

Evaluation des objectifs de formation

L'atteinte des objectifs de formation est mesurée par un Quiz en fin de formation.

Evaluation de la satisfaction

Evaluation de la satisfaction du stagiaire : Une évaluation est réalisée à la fin de nos formations pour mesurer :

- Contenu : Respect du programme et des objectifs, intérêt des contenus
- Animation : Expertise de l'animateur, réponses aux questions, interactions avec le groupe
- Pédagogie : Equilibre entre théorie et pratique
- Logistique : Etat des salles, qualité de l'accueil et des déjeuners

Evaluation de la satisfaction du donneur d'ordre : Une évaluation est adressée à la fin de nos formations pour mesurer :

- Préparation : Qualité du travail en amont pour identifier, prendre en charge le besoin et apporter la solution appropriée
- Contenu : Respect du programme et des objectifs, retour d'expériences des collaborateurs après la formation
- Logistique : Qualité du suivi administratif du dossier formation et de l'organisation logistique

Evaluation de la satisfaction par vos financeurs : Si l'action de formation nécessite le financement par un tiers autre que l'entreprise cliente, une évaluation permettant d'apprécier le déroulement notre collaboration de manière globale lui sera adressé en fin de formation

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



Si l'un des stagiaires inscrit par le bénéficiaire est en situation de handicap, le bénéficiaire s'engage à avertir en amont l'organisme de formation afin d'étudier la faisabilité de l'inscription et le cas échéant les aménagements spécifiques nécessaires à la préparation et au suivi de sa formation.

Référent Handicap : Nouriya MAURICE - n.maurice@2nd-academy.fr