

## Prospecter pour développer son portefeuille client

### Objectifs

Comprendre l'intérêt de la démarche de prospection en complément des actions de fidélisation. Surmonter ses appréhensions pour prospecter efficacement. · S'approprier la méthode de prospection : définir sa cible, préparer son fichier prospects, rédiger une lettre commerciale, assurer la relance téléphonique pour décrocher des rendez-vous, mener efficacement un entretien de prospection en face à face.

### Contenu

#### JOUR1- MATIN

##### POURQUOI PROSPECTER

- Comprendre qu'une entreprise peut perdre jusqu'à 50% de ses clients en 5 ans, et que la prospection est indispensable pour remplacer les clients sortant, grossir le portefeuille clients, toucher de nouvelles cibles, assurer la pérennité de l'entreprise.

##### LES MODES DE PROSPECTION

- Différencier et découvrir approches directes et indirectes afin de pouvoir choisir les méthodes les plus appropriées.

#### JOUR1 – APRES-MIDI

##### DEFINIR SA CIBLE DE PROSPECTION

- Comprendre la notion de segmentation et l'intérêt de segmenter ses prospects. Choisir les critères de segmentation les plus pertinents.

##### ETABLIR/ACHETER/EXPLOITER UN FICHIER DE PROSPECTION

- Choisir entre : Créer son propre fichier de prospection, le qualifier, et le faire évoluer ou
- Louer ou acheter un fichier qualifié.

#### JOUR 2- MATIN

##### DEFINIR SA DEMARCHE DE PROSPECTION

- Choisir stratégiquement sa démarche de prospection, en fonction de plusieurs critères : la cible / l'offre / le budget / les moyens humains et matériels/ le temps disponible.

##### PREPARER SES OUTILS

- Savoir rédiger et exploiter : lettre commerciale, lettre de prospection et trame d'entretien téléphonique pour prise de rdv.

##### PRENDRE UN RENDEZ-VOUS AVEC UN PROSPECT

- Surmonter ses peurs ou appréhensions, créer un contexte propice à la prospection téléphonique,
- s'approprier les techniques propres à chaque étape de l'entretien au téléphone.

#### JOUR 2- APRES-MIDI

##### TRANSFORMER UN PROSPECT EN CLIENT

- Adapter la méthode et les techniques de vente, à la prospection.
- Utiliser les techniques de vente pour convaincre le prospect de devenir client : écoute/ questionnement/ reformulation/ argumentation/ traitement des objections/ conclusion.

##### MESURER L'EFFICACITE DE SA PROSPECTION

- Créer et exploiter les outils de suivi et de mesure d'efficacité de la prospection.

## Prospecter pour développer son portefeuille client

### Approche pédagogique & Evaluation

---

⇒ **Une formation en présentiel de 2 jours** en s'appuyant sur les besoins détectés et les attentes exprimées en amont, afin que chacun se sente entendu, en favorisant la synergie entre les participants, à partir des expériences de chacun par:

- des mises en situations /jeux de rôle afin que chacun expérimente la méthode, les techniques et les comportements abordés,
- des travaux individuels, en binômes ou sous groupes pour réfléchir et partager les points de vue, les connaissances, les outils.

Formation immédiatement opérationnelle grâce à un travail sur les cas concrets des participants, avec création de trames et d'outils de prospection.

Jeux de rôles et simulations vidéo pour acquérir les réflexes efficaces autant dans la prise de rdv au téléphone, que lors de l'entretien de prospection.

- **2 x 1 jour de formation en présentiel** Cette option a l'avantage d'éviter le phénomène de saturation et permet aux stagiaires durant l'intersession (de 1 à 2 semaines maximum) de mettre à profit les enseignements en situation réelle, tester et vérifier leurs acquis. Ils disposeront de recul et d'un temps de réflexion pour formuler de nouvelles attentes, faire part de suggestions et revenir sur des thèmes s'ils le jugent à propos.

### Public

---

Force de vente, assistantes commerciales, télévendeurs, téléopérateurs.

**Effectif** : 8 stagiaires maxi

**Délai d'accès** : 3 semaines avant le démarrage de la formation

### Evaluation

En amont :

-un entretien téléphonique individuel de 30 mn ou un questionnaire pour évaluer le niveau de connaissances, définir les attentes des participants et les objectifs à atteindre

Pendant la formation :

-des exercices pratiques réalisés par l'apprenant.

A la fin de la formation :

-évaluation sommative.

Au terme de la session :

- une évaluation à chaud pour le(s) apprenant(s)  
- un entretien téléphonique à l'initiative du salarié 3 à 6 mois après la formation (ou une évaluation à froid pour le Manager (N+1) du/stagiaire.

### **Attestation de formation**

### **Pré- requis**

---

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis

### **Intervenant**

---

Consultant en prospection, vente et négociation.

### **Durée**

2 jours (14h)  
Selon diagnostic

### **Référence**

VENTE-NEGO- 001  
Présentiel ou distanciel  
(individuel – groupe)