

## MÉTIERS

# Développer son activité dans le cadre de la prospection commerciale sur de nouvelles cibles (secteur, produit)

**PRÉSENTATION** | Acquérir savoirs, savoir-faire et savoir-être correspondant au cœur de métier du technico-commercial.

<p><b>OBJECTIFS</b></p>	<p>Comprendre les enjeux de la prospection. Maîtriser les techniques favorisant le dialogue, la relation et la compréhension de l'autre dans le cadre d'une relation commerciale incluant de nouveaux contrats.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mettre en œuvre une campagne de prospection</li> <li>■ Elaborer une méthode pour constituer un potentiel de prospect</li> <li>■ Identifier les attentes des clients et adapter sa réponse en conséquence.</li> <li>■ Intégrer ces nouveaux contacts dans l'action quotidienne</li> </ul> <p>Organiser et gérer l'action de prospection commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Définir les priorités de prospection</li> <li>■ Gérer son effort commercial et son temps</li> <li>■ Piloter sa prospection : sur un secteur géographique Sur une nouvelle gamme</li> </ul>
<p><b>PRÉ-REQUIS</b></p>	<p>Aucun</p>
<p><b>PROGRAMME</b></p>	<p><b>Matin</b> : définition de la prospection, définition d'un prospect , développer son action par les nouvelles gammes disponibles</p> <p>La préparation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Où trouver un potentiel de prospection ?</li> <li>• Préparer ces actions : environnement concurrentiel, conditions pédoclimatiques, caractéristiques terroir</li> </ul> <p>Réussir un premier contact : nouveau contact, ancien client</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparer son contact, préparer ses premiers mots.</li> <li>• Réussir un premier contact : nouveau client, ancien client</li> <li>• Savoir présenter positivement son entreprise.</li> <li>• L'art de recueillir des informations commerciales : la maîtrise des bonnes questions.</li> </ul>

	<p><b>Après Midi</b></p> <p>La mise en œuvre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Scénario nouvelles exploitation</li> <li>• Scénario ancien client</li> <li>• Réussir à déterminer l'approche efficace en fonction des typologies rencontrées</li> </ul> <p>L'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'organisation d'action commerciale autour de la prospection</li> <li>• L'organisation quotidienne</li> <li>• L'organisation hebdomadaire</li> <li>• Les outils nécessaires</li> <li>• Le suivi et le contrôle de l'avancement</li> <li>• Bilan et projet d'engagement</li> <li>• Conclusion</li> </ul>
<b>PUBLIC</b>	Commerciaux, vendeurs, conseillers, débutants ou expérimentés
<b>INTERVENANT</b>	Formateur spécialisé avec expertise de terrain
<b>RESPONSABLE DE FORMATION</b>	Jonathan THEVENET
<b>MODALITÉS PÉDAGOGIQUES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de participants maximum : 12</li> <li>• Remue-méninges, échanges, mutualisation, et apports théoriques ;</li> <li>• Animation et présentation du contenu sur supports PowerPoint et documents de synthèse,</li> <li>• Développement pédagogique à partir de cas concrets pour évoquer des situations rencontrées par les participants dans le cadre de leurs activités habituelles.</li> <li>• Clôture après questionnaire et mesure de la satisfaction en fin de formation.</li> </ul>
<b>VALIDATION</b>	Certificat de réalisation.
<b>DURÉE</b>	1 jours (7 heures)
<b>LIEU &amp; DATE</b>	À déterminer
<b>COÛTS ET MODALITÉS</b>	Pour connaître toutes les conditions d'accessibilité ( <b>y compris pour les personnes en situation de handicap</b> ), les délais d'accès et le prix de chacune de nos formations : nous contacter.