

## Savoir détecter les opportunités (Débutants)

**Durée** : 2 Jours **Repas** : Non inclus dans le tarif **Tarif** : Nous consulter

France entière

- Nous contacter pour organiser ce stage en INTRA

---

### Module 2a - Coursus Commercial

Référence : COM2A

---

#### Objectifs

Cette formation permettra aux participants de :

**Savoir** détecter les leads

**Qualifier** ses prospects

**Organiser** sa prospection

**Obtenir** des rendez-vous avec des prospects qualifiés

**Répondre** aux objections en toute sérénité

**Mesurer et suivre** leur action de prospection

#### Programme

##### Les sources de détection de lead

Les salons, évènements, médias professionnels

Les demandes d'information

Les e-mailings

Les réseaux sociaux

Les recommandations

Les appels d'offres

Les fichiers

##### Qualifier son fichier de prospects

Définir les informations à rechercher : entreprise / circuit de décision / concurrence, ...

Obtenir les informations : par téléphone / web / sites spécialisés

Optimiser l'utilisation de son outil de gestion de la relation client (CRM)

Respecter le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) en matière de collecte et

de traitement des données.

PAI : les participants identifient les informations pertinentes à rechercher pour qualifier leur fichier

## **Obtenir des rendez-vous téléphoniques : la prospection téléphonique**

Un état d'esprit à adopter : lever ses freins

Maîtriser les spécificités de la communication par téléphone

Déterminer son objectif de prospection

Préparer son appel : le plan d'appel

Franchir les différents barrages

Accrocher l'intérêt de son interlocuteur

Argumenter sur le bénéfice d'un rendez vous

Gérer les objections courantes

PAI : les participants élaborent leur plan d'entretien

## **Saisir les opportunités de prospection en situation de face à face (rencontres informelles, salons, manifestations professionnelles, ...)**

Différencier objectif de prospection et objectif de vente

Les règles et usages à respecter : les bonnes pratiques

Réussir le premier contact

Accrocher l'intérêt de son prospect : technique de « l'elevator pitch »

Donner envie au prospect d'aller plus loin : laisser son empreinte

Conclure positivement : obtenir un engagement sur la prochaine étape

PAI : Rédaction d'une présentation « accrocheuse » de son entreprise / de son offre

## **Suivre sa prospection**

Établir un plan de relance

Mesurer les résultats de sa prospection

PAI : construction d'une grille de suivi de prospection

Finalisation du PAI

---

## **En savoir +**

### **Public**

Tout salarié en charge de prospecter

### **Pré-requis**

Connaître son offre commerciale et ses cibles prioritaires

## Méthodes pédagogiques

Des méthodes très vivantes et actives :

- Travaux en ateliers
- Etudes de cas contextualisés
- Mises en situations adaptées aux spécificités des métiers de la branche
- Activités de découverte : brainstorming, jeux pédagogiques, ...
- Partage d'expériences

Des apports théoriques et méthodologiques

Les participants établiront leur PAI : plan d'action individuel

## Modalités d'évaluation

Mises en situation, entraînements ou exercices donnant lieu à un feedback du formateur

Autoévaluation par le participant

## Participants en situation de handicap

Nous vous invitons à nous contacter afin que nous envisagions ensemble les meilleures solutions pour adapter notre formation à vos besoins

---

## adhérents ATLAS

Les formations relevant des Actions collectives peuvent être financées jusqu'à 100% par l'OPCO ATLAS (dans la limite des fonds disponibles et selon les conditions en vigueur sur le site de l'OPCO ATLAS),

Les critères à remplir sont les suivants :

- L'entreprise doit être à jour de ses cotisations auprès de l'OPCO ATLAS
- Les participants inscrits doivent avoir le statut de salarié de l'entreprise adhérente

Plus d'informations sur le site [www.fafiec.fr](http://www.fafiec.fr)

*Pour les entreprises soumises à quotas, le calcul de ces derniers sera effectué en fonction du nombre de salariés inscrits et non en fonction du nombre d'inscriptions pour un même salarié, chaque salarié pouvant suivre toute ou partie du cursus.*