

PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

PARTICIPANTS

Nombre limité
de stagiaires

PREREQUIS

Avoir un projet de
création d'entreprise.

Disposer du matériel
adéquat pour les classes
virtuelles.

DUREE

A partir de 14 heures

TARIF

Par participant
800€ Net de taxe

SESSIONS

Présentiel et/ou classe
virtuelle

INTERVENANTS

Professionnels experts
dans leur domaine,
eux-mêmes chefs
d'entreprise

MODALITES D'ÉVALUATION

Activités pédagogiques
actives : questionnaires,
cas pratiques, quizz, (...)

Attestation de fin de
formation

Nos formations peuvent
être adaptées aux
personnes en situation
de handicap.

CONTEXTE

Vous avez la fibre entrepreneuriale mais avez-vous la fibre commerciale ? Bâtir une stratégie de communication et de prospection adaptées à chacune de vos cibles est primordial pour décrocher vos premiers contrats et gagner de nouveaux clients. Les méthodes de prospection commerciales poursuivent le même objectif mais nécessitent de la préparation et du savoir-faire.

Avec la formation « **Prospecter et gagner de nouveaux clients** », vous apprendrez à utiliser les différentes stratégies de prospection, qualifier vos prospects, préparer votre argumentaire dans l'optique de réussir vos entretiens et gagner la confiance de vos futurs clients.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Valoriser son offre grâce à des stratégies de communication adaptées
- Organiser sa prospection et définir son plan d'actions commerciales
- Savoir utiliser les outils de prospection adaptés pour développer sa clientèle
- Transformer ses prospects en clients et les fidéliser

LES PLUS DE CETTE FORMATION

- Une formation sur-mesure dont le contenu est adapté à la demande et aux besoins du participant à l'issue d'un entretien de diagnostic.
- De nombreux exemples d'utilisation et partage d'expériences, des conseils personnalisés.
- Une formation pragmatique qui utilise au maximum les données du créateur provenant de son contexte professionnel afin de rendre le dispositif interactif, adapté et unique.

DEROULE

1. Au préalable, décliner sa stratégie d'entreprise

- Analyser son marché, connaître son potentiel et définir sa stratégie d'entreprise
- Définitions : stratégie marketing, commerciale et de communication
- Des objectifs de la stratégie marketing aux objectifs commerciaux

2. Organiser sa prospection de manière efficace

- Bâtir et planifier son plan d'actions commerciales
- Définir ses cibles et prioriser ses actions commerciales
- Détailler ses cibles et constituer son fichier de prospection
- Identifier les moyens de communication adaptés à son activité

3. Choisir ses techniques et outils de prospection

- Mettre en œuvre un plan de prospection adapté à son activité
- Les techniques d'approche directe et indirecte
- Les outils classiques, digitaux et les nouvelles manières de prospecter
- Zoom - Prospector avec le digital : soigner sa présentation et développer son réseau

4. Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés

- Identifier et qualifier ses interlocuteurs
- Savoir présenter son entreprise et ses produits / services
- Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur : argumentation et séduction
- Réussir un entretien prospect en face-à-face

5. Acquérir les bonnes pratiques de la relance

- Organiser la relance et le suivi en fonction des cibles
- Savoir créer des opportunités de contacts
- Les bonnes techniques pour fidéliser

NOUS CONTACTER

contact@wersus.fr

01 82 02 29 89

www.wersus.fr