

TROUVER SES PREMIERS CLIENTS ET BATIR UNE STRATEGIE DE PROSPECTION

PARTICIPANTS

Créateurs d'entreprise

PREREQUIS

Aucun

DUREE

À partir de 14 heures

DATES

À déterminer

MODALITES

À distance –
en présentiel

PRIX

Par participant
800 euros Net de taxe

INTERVENANT

Professionnels experts
du domaine

DELAI D'ACCES

2 semaines à compter
de l'inscription

MODALITES D'ÉVALUATION

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

Certificat de réalisation

CONTEXTE :

Avoir l'esprit entrepreneurial, c'est essentiel. Mais transformer vos idées en chiffre d'affaires passe aussi par une véritable démarche commerciale. Pour gagner vos premiers clients et en conquérir de nouveaux, il vous faut bâtir une stratégie de communication et de prospection ciblée, structurée et adaptée à vos interlocuteurs.

Cette formation vous apporte les outils pour maîtriser les différentes approches de prospection, affiner vos messages et gagner en efficacité lors de vos entretiens.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

- Mettre en valeur son offre grâce à une communication commerciale ciblée
- Élaborer une stratégie de prospection et planifier ses actions
- Utiliser les bons outils pour atteindre et développer sa clientèle
- Transformer les prospects en clients, puis les fidéliser

METHODES MOBILISEES :

Entretien d'évaluation pour adapter la formation à vos besoins
Alternance entre théorie, ateliers pratiques et études de cas
Outils numériques, exercices interactifs, plateforme pédagogique
Suivi individualisé à 3 mois

LES PLUS DE CETTE FORMATION :

- Un parcours 100 % personnalisé, adapté à votre activité et vos besoins après un diagnostic initial
- Une pédagogie active basée sur des cas réels, vos données et votre contexte
- De nombreux exemples concrets, des conseils sur mesure et un accompagnement pragmatique



NOUS CONTACTER
contact@wersus.fr
01 82 02 29 89

CONTENU PERSONNALISABLE

Module 1 : Définir sa stratégie commerciale

- Analyse de marché, identification du potentiel, clarification des objectifs
- Différencier stratégie marketing, commerciale et communication
- Décliner les objectifs marketing en actions commerciales

Module 2 : Organiser une prospection efficace

- Élaborer son plan d'actions commerciales
- Identifier ses cibles, les segmenter et prioriser
- Constituer son fichier de prospection
- Sélectionner les canaux de communication les plus pertinents

Module 3 : Choisir ses techniques et outils de prospection

- Mettre en œuvre un plan de prospection aligné avec son activité
- Techniques d'approche directe et indirecte
- Utilisation des outils classiques, digitaux et innovants
- Focus digital : optimiser son image en ligne et développer son réseau

Module 4 : Obtenir des rendez-vous qualifiés

- Identifier et qualifier les bons interlocuteurs
- Présenter efficacement son entreprise et son offre
- Susciter l'intérêt : travailler son pitch, argumenter avec impact
- Mener un entretien de prospection convaincant

Module 5 : Assurer le suivi et fidéliser

- Organiser la relance selon les profils ciblés
- Créer des opportunités commerciales dans la durée
- Mettre en place les bonnes pratiques pour fidéliser ses clients

