PROGRAMME DE FORMATION

Prospection commerciale

DURÉE : 2 jours l 14 heures

MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

PUBLIC VISÉ

Commerciaux et assistants commerciaux

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Mettre en place une démarche de prospection cohérente et opérationnelle.

Conduire des échanges de prospection permettant d'obtenir des rendez-vous qualifiés.

Argumenter avec impact pour susciter l'intérêt du prospect et l'engager dans la relation commerciale.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis. Formation à destination des commerciaux et assistants commerciaux.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Modalités pédagogiques

MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance, sur demande, par un formateur expert dans ce domaine.

Pédagogie active et participative : apports théoriques, échanges, cas pratiques, quiz et mises en situation.

Ressources pédagogiques : paperboard, vidéoprojecteur ou écran TV, contenus multimédias et vidéos.

Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires. Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Formateur expert en relation client et techniques commerciales, expérimenté en formation pour adultes.

En présentiel : salle de formation équipée d'un vidéoprojecteur et d'un paperboard, adaptée aux travaux en sous-groupes et aux mises en situation.

À distance : classe virtuelle (Teams ou Zoom) avec partage d'écran et outils collaboratifs (tableau blanc, sondages).

Assistance pédagogique et technique joignable par mail (assistance@modula-formation.com) ou par téléphone (05 56 44 58 68), avec un délai de réponse sous 48 h, du lundi au vendredi de 8 h à 18 h.

Supports pédagogiques

Support de cours numérique remis à chaque stagiaire en fin de formation.

Études de cas, jeux de rôle et mises en situation tirés de situations professionnelles.

Fiches outils et fiches mémo récapitulatives.

Accès aux ressources complémentaires après la formation.

Plateforme Modula

Tout au long de sa formation, chaque stagiaire dispose d'un accès personnel à la plateforme Modula : suivi de son inscription, consultation du calendrier et du lieu de formation, réalisation du test de positionnement, des évaluations et du questionnaire de satisfaction, et téléchargement de ses attestations et certificats de formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation

Contenu pédagogique

01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.

02 - Organiser et préparer son action de prospection

- Identifier la cible idéale et segmenter le marché : choisir les bons canaux de prospection.
- Positionner son offre face à la concurrence : planifier son action de prospection et se fixer des objectifs SMART.
- Développer un état d'esprit positif pour prospecter efficacement.

03 - Attirer l'attention, donner envie et décrocher des rendez-vous

- Rédiger un message d'accroche percutant (mail, LinkedIn, téléphone) : capter l'intérêt en quelques secondes avec un pitch structuré.
- Construire un guide d'entretien téléphonique efficace et personnalisé : anticiper et traiter les premières objections pour ne pas bloquer l'échange.
- Appliquer la méthode CROC : Contact, Raison, Objectif, Conclusion
- Écoute active et analyse des besoins pour capter les attentes réelles et frustrations avec son fournisseur actuel.
- Identifier les prospects chauds et repérer les signaux d'intérêt.
- Proposer naturellement un rendez-vous engageant et au bon moment.

04 - Gérer les objections et conclure efficacement

- Adapter votre argumentaire en fonction des réponses du prospect.
- Gérer les objections fréquentes et convaincre de l'intérêt d'un rendez-vous.
- Conclusion : conclure positivement l'entretien peu importe l'issue, préparer ses relances et son suivi.
- Mises en situation à partir de cas concrets et évaluation finale.
- Construction d'un plan d'action individuel.

05 - Valider les acquis et clôturer la formation

- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

Modalités d'évaluation

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation