

# PROSPECTION COMMERCIALE

## Programme

### **PUBLIC**

Vendeurs, Commerciaux  
Pré-Requis : aucun  
Attestation de stage

### **OBJECTIFS**

- ▶ Savoir se vendre et donner l'image d'un fournisseur incontournable
- ▶ Savoir rendre un prospect demandeur,
- ▶ Savoir se présenter et accrocher dès les premiers instants
- ▶ Savoir obtenir des informations pertinentes pour construire une stratégie d'appel porteuse,
- ▶ savoir apporter suffisamment d'arguments pertinents pour aller jusqu'à une première commande avec une intention commune dès le début d'un partenariat dans la durée.

### **METHODES PEDAGOGIQUES**

Méthode participative, Apports théoriques et pratiques, Echanges à partir des expériences vécues, Mise en situation avec utilisation d'un téléphone enregistreur de conversation, dvd scènes vendeur/prospect montrant étape par étape dans la prospection, simulation

### **EVALUATION**

Evaluation à chaud et à froid à un mois  
Attestation de formation

### **FORMATEUR**

P. Villain, Consultante et formatrice spécialisée dans la communication commerciale, managériale, interpersonnelle

### **DATES, LIEU, DUREE**

Les 11 et 12 juin 2019  
9h00/12h30 – 14h00/17h30  
Hôtel le Mas des Arcades

### **1-ETRE EFFICACE EN AMONT**

- Anticiper les attentes probables de sa cible
- Connaître les différentes motivations d'achat d'un client
- Savoir ce que l'on veut vendre dans l'accroche
- Préparer ses arguments forts et savoir à quelles motivations ils répondent
- Repérer les objections possibles et prévoir les parades
- Se fixer des objectifs et Identifier à l'avance vos marges de manœuvre

### **2- LES ETAPES DE LA VENTE A FRANCHIR AVEC LE PROSPECT**

- Savoir se présenter en créant une accroche pour l'intéresser de suite
- Identifier rapidement les bons interlocuteurs et les circuits de décision
- Ouverture du dialogue :
  - ✓ les techniques pour faire parler son prospect sans qu'il se sente questionné et réussir à rentrer dans son mode de fonctionnement
- La phase découverte :
  - ✓ savoir quelles questions pertinentes lui poser et lui donner envie d'échanger
  - ✓ Identifier son potentiel en passant par 4 axes
- La phase argumentation de l'offre :
  - ✓ Les techniques d'argumentation à fort impact
  - ✓ Les techniques pour traiter les objections
- Conclure : faire basculer l'acheteur dans la relation commerciale  
Et l'engager dans une démarche de partenariale de suite

### **3- LA GESTION DE L'INFORMATION**

- Savoir stocker les bonnes informations
- Préparer des objectifs de suivi d'appels fructifiants

### **4- LA PLANIFICATION DES SUIVIS**

- Méthode et intérêt