

● **Nature de l'action**

Action d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances.

● **Personnel concerné**

Tout public.

● **Pré-requis**

Aucun.

● **Objectifs pédagogiques**

Être capable de :

- Comprendre les enjeux de la prospection
- Savoir définir les objectifs de prospection en adéquation avec la stratégie de développement de l'entreprise
- Savoir structurer et analyser son portefeuille clients et prospects
- Maîtriser les outils de la prospection
- Savoir les utiliser à bon escient en fonction des objectifs visés
- Savoir mettre en œuvre une prospection efficace
- Savoir évaluer et ajuster ses actions de prospections

● **Modalités d'évaluation**

Une évaluation qualitative de la formation est demandée aux stagiaires en fin de stage.

● **Méthodes pédagogiques**

Apports théoriques en groupe complétés par des cas pratiques.

Méthodologie communicative, dynamique et interactive avec les participants.

Mise en situation, exercices, entraînements actifs

*Documentation* : un support de cours est remis aux stagiaires.

● **Sanction de la formation**

- Remise d'une attestation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action.
- Cette formation ne fait pas l'objet d'une évaluation des acquis.

● **Durée et rythme**

14 heures, soit 2 journées de 7 heures

**PROGRAMME**

**DONNER DU SENS À LA PROSPECTION**

- Pourquoi prospecter ? Quels en sont les enjeux pour l'entreprise ?
- Mettre en adéquation ma prospection avec la stratégie de développement de l'entreprise
- Lever les freins et aborder la prospection différemment
- Mettre en place une prospection qui convienne

**ANALYSER ET HIÉRARCHISER SON PORTEFEUILLE CLIENTS ET PROSPECTS**

- Mettre à jour son portefeuille clients : organisation et qualification
- Définir le potentiel de développement pour chacun
- Créer une base de données prospects qualifiée et adaptée à mes objectifs

**LES OUTILS DE PROSPECTION**

- Revue en détail des outils performants : de l'approche directe au virtuel
- A quels moments et pour quels objectifs utiliser chacun d'eux ?
- Quels retours directs et indirects en attendre ?

**ORGANISER SA PROSPECTION**

- Créer et mettre en place un plan de prospection efficace
- Définir les bonnes cibles et décider des actions prioritaires
- Fixer les objectifs et les indicateurs de réussite
- Évaluer le budget et les acteurs