



FORM'LOCALE

RÉVÉLATEUR DE COMPÉTENCES,

SPÉCIALISTE DES FORMATIONS PERSONNALISÉES

Form'Locale réunit des femmes et des hommes passionnés par la transmission de savoir, la montée en compétence et riches d'une forte expérience en entreprise et en administration.

Dirigé par Malik Benakcha, diplômé de Sciences Po Paris, Form'Locale est spécialisé dans les formations bureautique, commerciale et communication.

Entourés de formateurs diplômés et imprégnés d'une longue expérience, nous avons à cœur d'accompagner les collaborateurs dans leur montée en compétences face à un monde du travail en constante évolution.



FORM'LOCALE
By Com Locale

FORM'LOCALE

ORGANISME DE FORMATION PROFESSIONNELLE ET CONTINUE

6 Rue Saint-Honoré - 41 000 Blois

02.54.56.16.74 - contact@formlocale.fr

www.formlocale.fr

FORMATION

ORGANISER SES PROSPECTIONS EN FACE À FACE

DURÉE

2 Jours
(14 heures)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- . Reconnaître les cibles potentielles
- . Identifier les circuits de décision
- . Créer et gérer une prospection B to B ou B to C.

NIVEAU REQUIS

Pas de prérequis

PUBLIC CONCERNÉ

Commerciaux, attachés commerciaux, technico-commerciaux ,VRP.

TARIF INTERENTREPRISE

1200 € HT / stagiaire

Formation animée par un formateur-consultant expert approuvé par Form'Locale.
Suivi d'exécution assuré par une feuille de présence émarginée par demi-journée par le formateur et les stagiaires.

VOTRE FORMATION EN DÉTAIL

PROGRAMME

1ÈRE JOURNÉE**MATINÉE :****ANTICIPER ET PRÉPARER SA PROSPECTION TERRAIN**

Définir et appréhender le secteur géographique sur lequel on évolue
Découvrir les prospects et clients potentiels (type de communication, comportement d'achat)
Savoir qui sont les bons interlocuteurs et les décideurs
Anticiper les besoins nécessaires (papeterie, contrats, téléphone...)

APRÈS-MIDI :**SUBLIMER SA PRÉSENCE ET SA PRESTATION**

Comprendre le langage verbal et non-verbal et savoir l'utiliser
Connaître et utiliser la règle des 4 x 20
Appréhender et valoriser le premier contact (phrase d'accroche, savoir identifier le décideur, créer une relation professionnelle et de proximité)
Découvrir les besoins, les envies du prospect
Adapter la vente au contexte (proposer un rendez-vous ou one-shot)
Identifier et interpréter les comportements du prospect (comportements d'un acquéreur ou défensif)

2ÈME JOURNÉE**MATINÉE :****CRÉER UNE RELATION DE PROXIMITÉ**

Analyser les facteurs d'achats, les motivations ou les réticences du prospect à acheter
Saisir les différentes attitudes d'un acheteur en qualité de particulier et de professionnel
Répondre aux premières objections
Trouver les questions susceptibles de faire poursuivre l'entretien à son interlocuteur
Terminer l'entretien de façon positive... quelle qu'en soit l'issue !

APRÈS-MIDI :**DÉVELOPPER LE SUIVI DE LA PROSPECTION**

Organiser la préparation du suivi
Accorder du temps au suivi
Relancer les prospects
Créer des supports (tableaux...)

CLÔTURE DE LA FORMATION

Etude personnalisée des outils et moyens que chaque apprenant aura l'opportunité de développer au sein de son entreprise
Bilan écrit (QCM) et oral de la formation par les apprenants et le formateur