

## COMMERCIAL

# Prospecter et développer son portefeuille de clients

Réf: DCOF21

## OBJECTIFS

> Connaître et utiliser les outils de prospection adaptés pour développer son fichier de prospects, acquérir et fidéliser de nouveaux clients Maîtriser les techniques de communication, de relance et de fidélisation Déterminer ses cibles, sa stratégie d'approche et préparer son plan d'actions de prospection

## PROGRAMME

### Participants

Commerciaux, chargés de relation clients-Dirigeants d'entreprise-Toute personne chargée du développement commercial de l'entreprise

### Préparer la prospection

Définir ses objectifs, ses cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise-Mettre en place un plan d'action de prospection, établir et respecter son planning- Sourcing et recherche de prospects : recherche de fichiers, les sources (internes, externes), constitution d'une base de données, la segmentation, analyse, segmentation et tests-Préparer son argumentaire en fonction des cibles abordées

### Organiser sa prospection

Développer l'efficacité commerciale-Les temps d'une prospection performante-Planifier les étapes

### Maîtriser les techniques de communication

Savoir écouter pour développer un climat de confiance-Développer son questionnement-Argumenter pour convaincre

### Développer de nouvelles actions de prospection

Développer les attitudes de création de réseau-Par l'événement : les principes de l'action événementielle-Les événements à distance : webinar-Par le partenariat : les principes du gagnant- gagnant-Par les outils du marketing direct-Décoder les limites de chaque média de prospection-Sourcer les lieux, événements, interlocuteurs en lien avec son activité commerciale : workshop « générateur de contacts »-Réussir ses entretiens de prospections motiver dans la pratique-S'entraîner aux différentes phases de l'entretien quelque soit le média de prospection : mises en situation-Acquérir les bonnes pratiques de la relance-Choisir les temps de relance et organiser la relance en fonction des cibles-Mettre en place la synergie des canaux de communication avec son prospect-Savoir créer les opportunités de contact-Acquérir les bonnes pratiques de la fidélisation-Les techniques pour fidéliser et leurs mises en œuvre-Les + de la formation :-Étude personnalisée des axes de développement en fonction de la structure du fichier clients des participants et définition des actions à mettre en œuvre dès la fin de formation

## INFORMATIONS PRATIQUES

Lieu :	Tarifs :	Durée :
St Brieuc- Quimper- Brest	À partir de 560.00 € HT par stagiaire	2 jours

## POUR QUI ?

> **Prérequis** : Personnes occupant des fonctions commerciales  
> **Métiers concernés** : Toutes personnes en charge de missions commerciales

## PUBLICS

Salarié – Demandeur d'emploi -  
Toute personne intéressée

## LE PARCOURS DE FORMATION

### Type de parcours

- > en présentiel
- > en présentiel et à distance
- > à distance uniquement

**Modalités pédagogiques** : Cours théorique, étude de cas. Support de cours fourni. Ateliers pratiques.

**Modalité d'évaluation** : formulaire individuel d'évaluation

**Diplôme obtenu** : Attestation de compétences