

**PROGRAMME DE FORMATION**

**EN PRÉSENTIEL**

**Prospecter et gagner de nouveaux clients, apprendre à vendre (pour non commerciaux)**

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES**

*Organiser son action de prospection*

*Obtenir des RDV de prospection qualifiés*

*Donner envie au prospect de venir en magasin*

*Adopter une posture commerciale face aux clients et contribuer à la vente*

*Défendre les intérêts de son entreprise et négocier les meilleures conditions*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PUBLIC CONCERNÉ**  **Toute personne en charge de la prospection commerciale ou devant relever un défi de prospection, toute personne intervenant dans la relation commerciale** |  | **Modalités d’inscription :** Session en intra entreprise et sur demande.  Les demandes d’inscription sont à formuler 15 jours avant le début de la formation.  **Contact : Mme Séverine Corale**  **Tel : 06.17.98.20.38**  **adresse mail** [**severine@corale-consulting.com**](mailto:severine@corale-consulting.com) **ou sur la partie « contact » du site internet** [**www.corale-consulting.com**](http://www.corale-consulting.com)   * Formation accessible aux personnes en situation de handicap ou présentant un trouble de santé invalidant: Réalisation d’un entretien téléphonique préalable et envoi d’un questionnaire par mail invitant les stagiaires à préciser s’ils ont besoin d’aménagements spécifiques en lien avec leur situation de handicap. * La personne ressources handicap s’emploiera à rechercher, avec les personnes concernées, les moyens de compensation qui leur seront adaptés.   **Ce plan de formation peut être modifié pour être adapté à l’évolution des stagiaires** |
| **PRÉ-REQUIS**  *Aucun*  **EFFECTIF : de 1 à 15 stagiaires** |  | **CONTENU DE LA FORMATION**  *1***.Organiser sa prospection 1ère journée**  *Définir ses cibles*  *Constituer son fichier de prospection*  *Déterminer le potentiel et l’accessibilité des prospects*  *Choisir ses moyens de prospection :*  *Les techniques d’approche directe : mailing, téléphone, e-mailing,*  *Les réseaux sociaux*  **2.Obtenir des rdv de prospection qualifiés**  **2° journée**  *Qualifier ses interlocuteurs*  *Franchir les différents barrages*  *Accrocher l’intérêt de l’interlocuteur*  *Argumenter le bénéfice du RDV*  *Rebondir sur les objectons courantes*  *Accepter le refus pour mieux revenir*  **3. Réussir le premier entretien prospect en face à face 3° journée**  *Réussir le premier contact par des comportements appropriés*  *Accrocher l’intérêt du prospect*  *Questionner pour comprendre les besoins*  *Engager vers l’action : argumenter pour convaincre*  *Conclure positivement l’entretien quelle que soit l’issue*  **4.Assurre le suivi de sa prospection 4° journée**  *Mettre en place un plan de prospection*  *Créer un rythme de prospection*  *Établir un plan de relance et de suivi*  *Faire de chaque client un ambassadeur*  *Construire son plan de prospection*  **5.Démystifier la vente et réussir son premier contact 5° journée**  *Les attentes des clients*  *Les étapes d’une vente réussie*  *Préparer son entrée en relation*  *Valoriser son entreprise*  **6. Obtenir les informations pour mieux vendre 6° journée**  *Réaliser un diagnostic complet*  *Repérer les motivations.*  *Maitriser l’écoute active*  *S’exercer au questionnement*  **7.Conseiller et convaincre le client 7° journée**  *Valoriser les bénéfices client*  *Traiter les objections*  *Aider le client dans sa décision*  **8.De la vente à la négociation 8° journée**  *Formuler une demande*  *Trouver des compromis*  *Engager son client*  *Gérer la mauvaise foi du client*  *Manager les réclamations* |
| **DURÉE DE LA FORMATION**  **ET MODALITÉS**  **D’ORGANISATION**  **8 jours**  **Soit**  **56 heures de formation**  **HORAIRES : 9h-13h/14h-17h**  La durée de la formation, son contenu peuvent être adaptés en fonction des besoins spécifiques de l’entreprise et des apprenants |  | **MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES**   * *Atelier pratique sur les outils de prospection spécifiques au client,* * *Entrainement à la prise de rdv téléphonique, Construction de son plan de prospection* * *Training sur son pitch* * *Training sur l’argumentation* * *Training négociation* * *Training cas difficiles* * *Training sur son pitch* * *Training négociation* * *Training cas difficiles* |
| **LIEU DE LA FORMATION**  Réalisée sur le site du client en intra entreprise |  | **PROFIL DU FORMATEUR**   * *Corale Séverine formatrice spécialisée commerce/management* * Présidente de Corale Consulting depuis septembre 2020 * Coach professionnelle certifiée RNCP * Master 2 de Commerce International * Master 2 métiers de la formation * A enseigné dans le supérieur (Bac +2 à Bac+5) le management, le commerce et l’économie * D.U Prévention des risques psychosociaux et qualité de vie au travail * Master en P.N.L |
| **MOYENS TECHNIQUES & PÉDAGOGIQUES**   * Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation * Documents supports de la formation projetés * Exposés théoriques * Étude de cas concrets * Livret de formation en version numérique   Vidéo, power point, ordinateur et tablette |  | **Dispositif de suivi de l’exécution des résultats de la formation**   * Feuilles de présence * Questions orales * Mises en situation * Formulaires d’évaluation de la formation * Certificat de réalisation de l’action de formation * Questionnaire intégrant des mises en situation * Trainings sur son pitch + sur l’argumentation + sur la négociation + Cas difficiles * Atelier pratique sur les outils de prospection spécifiques au client * Entrainement à la prise de rdv par téléphone * Construction de son plan de prospection   *Évaluation des acquisitions des compétences acquises via un questionnaire intégrant des mises en situation* |
| **TARIF**  **2 400€ TTC/ stagiaire** |  |  |