



PROSPECTER ET METTRE EN PLACE UNE RELATION ENTREPRISE

NOUVEAU

INTERVENANT

M. Sylvain GILLET

Dirigeant de la société SOWAY-COM SAS

Conseiller Economiques Social et Environnemental de la Région Sud Provence Alpes Cotes d'Azur Enseignant en écoles supérieures de commerce

TARIF 1250 € / jour
(+ frais du formateur)**DURÉE** 2 JOURS**LIEU**  Sur site**PARTICIPANTS** 15

POUR ALLER PLUS LOIN

→ Réf. 1950, 1952, 1953

Vous allez découvrir dans cette formation tout votre potentiel pour réussir votre prospection. De la mise en place des stratégies pour découvrir les attentes et besoins de l'entreprise à la définition avec elle des fiches de postes et missions, vous pourrez mettre en place une vraie relation gagnante. Vous aurez également à définir les valeurs de votre argumentaire commercial pour convaincre l'entreprise qui sera devant vous.

PRÉ-REQUIS

Etre positionné comme prospecteur et/ou comme accompagnateur dans le cadre de projets de stages ou d'emplois.

PUBLIC VISÉ

Professionnels de services, dispositifs ou associations intervenant dans les domaines de la sensibilisation, la préparation ou l'accompagnement de projets d'emploi.

Chargé de mission à l'insertion de personne atteinte de handicap dans le milieu professionnel

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Se familiariser avec le monde de l'entreprise et le monde économique.
- Planifier et organiser sa prospection. Réussir son entretien avec un prospect.
- Découvrir les aléas de la prospection et comprendre les échecs.
- Mettre en avant les services et offres en construisant votre argumentaire.
- Comprendre rapidement les besoins de l'entreprise et l'accompagner dans la définition des postes et missions.

DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes pédagogiques actives et participatives.
- Alternances apports théoriques et d'exercices pratiques.
- Mise en situation, jeux de rôles et étude de cas.
- Echanges d'expériences.

JOUR 1

Se préparer | Partie 1

- Comprendre le monde de l'entreprise (enjeux, difficultés, environnement...)
- Se préparer à conquérir des territoires économiques

Bien préparer sa prospection la clé du succès | Partie 2

- Mettre en place son plan de prospection (objectifs)
- Obtenir le bon interlocuteur : la phase d'enquête
- Choisir ses outils
- Elaborer son argumentaire et structurer son entretien
- Les techniques d'approche
- Traiter les objections
- Franchir les barrières pour atteindre votre interlocuteur
- Obtenir des rdv, réussir ses premiers entretiens

Votre attitude et vos gestes | Partie 3

- Maîtriser votre corps
- Maîtriser votre voix
- Identifier le comportement de votre interlocuteur (SONCAS)
- Entraînement à l'entretien.

JOUR 2

Communiquer et prospecter par téléphone | Partie 1

- Les règles d'appels
- Votre environnement d'appel
- L'élocution, l'importance du sourire, du débit, du rythme et de l'intonation.
- L'écoute / l'importance des silences et de leur utilisation
- Le vocabulaire et les expressions de la prospection téléphonique
- Langage positif et image de votre interlocuteur/entreprise

Cas pratique | Partie 2

- Mise en situation

La relance et le suivi | Partie 3

- Relancer l'entreprise / maintenir la relation
- Anticiper les futurs besoins
- Développer votre résistance à l'échec
- Cas pratiques et mise en situation