

Formation

Techniques de prospection commerciale en B to B

Programme sur-mesure à la demande

Durée : 2 jours

Objectifs

- Savoir définir un plan de prospection commerciale : objectif, cibles, moyens
- Maîtriser les différentes techniques de prospection commerciale en B to B
- Etre plus efficace sur la détection d'opportunités et de besoins
- Améliorer ses performances en négociation commerciale (téléphone ou face à face)

Programme

Définir sa stratégie de prospection

- Revue des actions actuelles et de leurs performances
- Principaux concurrents et points forts/faibles de l'entreprise
- Potentiels de clients et profils cibles

Connaître les sociétés à approcher

- Processus d'achat – Décideurs, influenceurs et utilisateurs finaux
- Sources d'information sur les entreprises et leur actualité
- Identification des opportunités

Exploiter des fichiers de prospection

- Le fichier clients : constitution, mise à jour
- Le fichier prospects : la location de fichiers marketing
- Les outils de CRM

Mettre en œuvre des opérations de marketing direct

- Avantages et inconvénients des différentes techniques
- Le mailing
 - Cibles, objectifs et leviers de la campagne
 - Rédaction, mise en page et charte graphique
 - Tests et monitoring des performances
- L'e-mailing
 - Les facteurs de succès d'un e-mailing performant
 - Les appels à action
 - La newsletter, outil de fidélisation
 - Le testing et les indicateurs de performance : taux de clic, conversion...

- la prospection téléphonique
 - Objectifs et ciblage
 - Le script d'argumentaire et les réponses à objection
 - Le barrage du secrétariat : comment le contourner

Réussir ses rendez-vous commerciaux

- Formation et information des commerciaux
- Les incentives – Motivation individuelle et de groupe
- Organisation des visites clients
- Les supports d'aide à la vente
 - Le book de vente
 - L'utilisation des formats numériques
- Le rendez-vous
 - Préparation du rendez-vous
 - Le déroulement du rendez-vous : scénarios possibles
 - Les techniques de négociation en face à face

Investir les Salons et workshops

- L'utilisation des salons pour la prospection

Exploiter les réseaux sociaux numériques en B to B

- Viadeo, LinkedIn : pour quel usage ?
- Utiliser les réseaux sociaux pour trouver des clients
 - Développer sa présence et être vu
 - Provoquer le contact et interagir

Construire son Plan de prospection

- La définition de l'action commerciale: objectif, cible, délais, procédés
- Budgétisation et suivi des résultats – Les tableaux de bord
- Le planning annuel

Méthode pédagogique

Alternance d'exposés théoriques, de cas réels d'entreprises et d'exercices pratiques adaptés aux secteurs d'activité des participants

PS9 Conseil

www.ps9-conseil.com

Contact : Patrick Saucet

10 Avenue de Paris – 63200 Riom

GSM : 06 33 74 24 44 - Email : psaucet@free.fr - QQ : 1991885707 – Skype : patrick.saucet

Siret : 404 867 913 00059

www.ps9-conseil.com