

13 - 22

SUIVRE ET DÉVELOPPER SON PORTEFEUILLE CLIENTS

PUBLIC	PRÉREQUIS	DURÉE	NIVEAU spécialisation 2
Commercial externe / A.T.C	Posséder les bases de la vente en visite client	2 jours / 14 heures	Approfondissement Acquisition d'une maîtrise

OBJECTIFS

SAVOIR-FAIRE commercial

- » Maîtriser les étapes de l'action commerciale
- » Préparer ses entretiens pour gagner en efficacité : obtenir un rendez-vous avec un prospect, susciter l'intérêt pour une offre, valoriser un devis...
- » Mettre en place et exploiter des outils de gestion et de suivi de la prospection
- » Gérer ses priorités et s'organiser pour réserver du temps à sa prospection commerciale

SAVOIR commercial

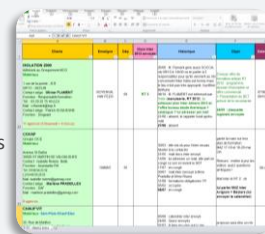
- Connaître les techniques et les comportements associés à la prospection commerciale
- Relever la méthodologie qui permet de fidéliser sa clientèle et d'intensifier ses contacts avec les prospects dans une optique de développement et de maîtrise des risques
- Identifier les supports informatiques et les techniques qui facilitent l'élaboration d'outils de prospection

PROGRAMME

Donne les techniques qui permettent d'optimiser les résultats des actions de prospection téléphonique

PRÉPARER ET ORGANISER SA PROSPECTION

- La création du fichier prospects : faire l'état de son portefeuille clients, identifier les secteurs à prospecter définir ses cibles, recenser les typologies d'entreprise à contacter renseigner son fichier : *activités, C.A, coordonnées, contacts, fournisseurs ...* classer et hiérarchiser ses prospects, mettre à jour la base de données
- L'organisation de la prospection : gérer et organiser son temps : *Identifier les 20/80 de son portefeuille ...* créer un tableau de bord pour la planification et le suivi des contacts programmer ses appels, consigner ce qui a été dit et fait, planifier les tâches
- La préparation des appels : identifier les informations à transmettre et à obtenir clarifier les objectifs de l'appel, définir et écrire l'accroche connaître son marché, ses concurrents, ses atouts anticiper les questions et les objections , se préparer mentalement



RÉUSSIR SES PRISES DE CONTACTS TÉLÉPHONIQUES

- La prise de contact : se présenter, donner sa fonction, préciser l'objet de l'appel appeler le client par son nom, instaurer la confiance
- La méthodologie : susciter l'intérêt , préciser le besoin, rassurer, valoriser, reformuler...
- Les bonnes attitudes : le sourire, l'enthousiasme, l'écoute active et empathique la bonne diction et articulation, l'assurance ... les attitudes de service orientées vers la satisfaction du client
- Le bon langage : les mots et les formulations positives
- La conclusion de l'entretien : conclure positivement l'entretien : *reformuler, s'engager, provoquer la prise de RDV, prendre congé sur une très bonne impression*
- La relance des prospects : donner du sens aux relances : *opportunités commerciales, infos utiles ...* instaurer une relation bienveillante basée sur le service, l'assistance ... créer des opportunités de rencontres : *visite usine, salon, rencontre clients ...*



Outils
Méthodes

Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, jeux de rôle, mises en situation, analyses Livret formation - Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »