

Challenger sa prospection

Programme de formation – Modalités pédagogique

➔ PRÉ-REQUIS

- Connaître son offre, son entreprise, sa concurrence, ses atouts, ses forces, ses faiblesses, les enjeux de ses clients, son marché.

➔ OBJECTIFS

- Prendre du recul sur sa démarche de prospection
- Mesurer l'efficacité des actions de prospection
- Faire un état des lieux de son plan de développement
- Faire un état des lieux du portefeuille client
- Détecter des pistes de business
- Gérer les priorités dans les actions commerciales
- Gérer le temps de prospection
- Construire un plan d'actions commerciales SMART

➔ ÉVALUATION ET VALIDATION

- Le formateur évalue en continu via les mises en situation et ajuste selon les objectifs atteints.

PUBLIC CONCERNÉ

- Entrepreneurs, Porteurs de projet, Dirigeants / Cadres, Fonctions Commerciales, Managers, etc...

DURÉE

- 1 jour – 7 heures.

COÛT

- Inter-Entreprises : **400,00 € HT**
- Intra-Entreprise : **Nous consulter**

EFFECTIF

- Minimum : 4 personnes.
- Maximum : 12 personnes.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Présentiel ou classe virtuelle : pédagogie active et expositive.
- Autodiagnostic, apports théoriques et pratiques, et travail sur cas concrets des participants.



Nous mettons tout en œuvre pour **rendre accessible nos formations aux personnes en situation de handicap.**

Afin d'établir les modalités d'adaptation nécessaires, **merci de nous contacter en amont de toute inscription.**

PROGRAMME

1. La démarche de prospection et de développement du portefeuille client

- Quelles sont les différentes actions dans une démarche de prospection ?
- Quelles sont les étapes dans un cycle de développement ?
- Bien connaître ses cibles et optimiser le ciblage
- Validation des connaissances

2. État des lieux des actions de prospection et du portefeuille client

- Constitution du portefeuille client/prospect
- Analyse des actions menées et du temps passé
- Indicateurs de performance
- Quelles sont les différentes typologies d'actions à mener sur un portefeuille client/prospect ?
- Identification des axes de développement sous-exploités

3. Pilotage du développement

- Déterminer ses objectifs
- Mesurer l'impact des actions par rapport à ses objectifs
- Savoir déterminer simplement les actions prioritaires par rapport aux objectifs
- Gérer le temps pour chaque typologie d'actions de prospection

4. Amélioration des actions de prospection

- Étude des moyens à notre disposition pour agir sur le développement du portefeuille
- Travail sur les matrices d'optimisation : cibles/sources, actions/résultats, actions/potentiel
- Identification des axes d'amélioration
- Challenger l'état des lieux et les matrices d'optimisation
- Construction d'un plan d'actions SMART