

Plan d'actions de prospection commerciale opérationnelle BtoB : Conception et mise en œuvre en 5 étapes

Toute personne ayant une activité commerciale dans une entreprise sait que prospecter est une nécessité pour trouver ses futurs clients et assurer la pérennité ou l'augmentation de son chiffre d'affaires. Pourtant, cette tâche qui représente un investissement pour l'avenir est souvent délaissée par le commercial ou le chef d'entreprise et ceci pour deux raisons principales.

La première, la période de prospection est assimilée à un manque à gagner car il est rarement possible pendant celle-ci de s'occuper de ses clients et donc souvent de réaliser ses objectifs.

La deuxième est que les commerciaux semblent avoir du mal à mener leur prospection et à développer leur clientèle car ils subissent souvent leur activité commerciale plus qu'ils ne la choisissent.

Pour renouer avec la prospection commerciale, nous vous proposons d'apprendre dans cette formation à concevoir et mettre en place une stratégie de conquête commerciale opérationnelle BtoB avec les outils nécessaires afin d'optimiser cette démarche et pour que celle-ci soit la plus efficace et la plus rentable possible.

I. Sociétés concernées

Cette formation s'adresse aux entreprises, petites ou grandes, vendant des services ou des produits à d'autres entreprises.

II. Public concerné

Cette formation est destinée à toutes les personnes d'une entreprise en charge d'encadrer une équipe commerciale et/ou de prospecter des clients, détecter des affaires.

III. Objectifs

A l'issue du cours, chaque stagiaire devra savoir :

- élaborer son plan de prospection commerciale.
 - Etre capable de définir et quantifier ses objectifs
 - Etre capable de définir sa cible
 - Etre capable de créer son fichier de prospection

- mettre en place et utiliser deux outils digitaux majeurs de prospection
 - Etre capable de mettre en place et d'utiliser un outil d'emailing
 - Etre capable de mettre en place et d'utiliser un outil d'enquête et de sondage en ligne

- prospecter au téléphone en vue de l'obtention d'un accord (vente ou Rdv)
 - Etre capable d'organiser sa prospection
 - Etre capable de maîtriser les techniques et fondamentaux de la prospection téléphonique
 - Maîtriser le processus d'appel téléphonique en environnement professionnel

- mettre en place les indicateurs de résultats d'une action de prospection commerciale
 - Contrôle des résultats et mise en place d'actions correctives

IV. Connaissances requises

Connaissances de base du métier de commercial.

V. Programme de formation sur 5 jours

JOUR 1

9H00-9H15 : Accueil des participants

9H15-11H15 : I Élaboration du plan de prospection

- A. Les objectifs
- B. La cible
- C. La segmentation
- D. Le fichier de prospection
- E. Les canaux de communication

11H15-12H15 : Pratique-accompagnement dans l'application de la méthode

14H00-14H15 : Accueil des participants

14H15-15H30 : II Mise en place des outils de prospection

- A. Les sources et outils de recherche d'information et de données
 - 1. Les sources d'information internes
 - 2. Les sources d'information externes

15H30-17H00 : Pratique-accompagnement dans l'application de la méthode

17H00-17H30 : Retour sur la première Journée

JOUR 2

9H00-9H15 : Accueil des participants

9H15-11H00 : III Enquête et sondage en ligne

- 1 Elaboration et mise en place du questionnaire
- 2 Conception emailing simple

11H00-12H00 : Pratique-accompagnement dans l'application de la méthode

12H00-12H15 : Echange sur les bonnes pratiques

14H00-14H15 : Accueil des participants

14H15-15H30 : III Enquête et sondage en ligne (suite)

- 3 Mise en place emailing
- 4 Envoi emailing
- 5 La récupération des détections d'intérêts vs leads

15H30-17H00: Pratique-accompagnement dans l'application de la méthode

17H00-17H30 : Evaluation

JOUR 3

9H00-9H15 : Accueil des participants

9H15-10H30 : **IV L'action : La téléprospection**

A. L'organisation

1 L'emploi du temps

2 L'outil de Gestion de la relation client (GRC)

10H30-12H15 : Pratique-accompagnement dans l'application de la méthode

14H00-14H15 : Accueil des participants

14H15-17H00 : **IV L'action : La téléprospection (suite)**

B. La préparation

1 Les objectifs

2 Les méthodes

C. L'appel

1 Les fondamentaux

2 L'échange

3 Les conseils et astuces

D. Les méthodes de ventes

E. Le suivi ou la relance

17H00-17H30 : évaluation

JOUR 4

9H00-09H15 : Accueil des participant

9H15-10H15 : Rappel des fondamentaux de la téléprospection

10H15-12H00 : **Mise en œuvre de la méthode de téléprospection**

12H00-12H15 : Echange sur les bonnes pratiques

14H00-14H15 : Accueil des participants

14H15-17H00 : **Mise en œuvre de la méthode de téléprospection (suite)**

17H00-17H30 : évaluation

JOUR 5

9H00-09H15 : Accueil des participants

9H15-10H15 : Rappel des fondamentaux de la téléprospection

10H15-12H00 : Mise en œuvre de la méthode de téléprospection(suite)

12H00-12H15 : Echange sur les bonnes pratiques

14H00-14H15 : Accueil des participants

14H15-17H00 : VL'analyse des résultats de la prospection

- A. Les objectifs
- B. Les indicateurs de résultats
 - 1 Contrôle des résultats pour la mise en place d'actions correctives
 - 2 Calcul du potentiel de chiffre d'affaire du marché
 - 3 Calcul du potentiel de chiffre d'affaire de chaque fiche
 - 4 Calcul du coût chiffre d'affaire/ coût leads de chaque fiche
 - 5 Élimination des prospects non rentable
- C. Le calcul du coût de revient de chaque lead

17H00-17H30 : évaluation

VI. Organisation

Le cours alterne les apports théoriques du formateur soutenus d'un mentorat des stagiaires et des échanges des meilleures pratiques pendant des travaux en groupe.

VII. Validation

Pendant chaque journée de formation sera vérifier l'acquisition correcte des compétences grâce à des exercices de mises en pratiques.

VIII. Sanction

Une attestation sera remise à chaque stagiaire qui aura suivi la totalité de la formation.

<http://www.negociatis.com/formation-commerciale/>