

SAVOIR FAIRE, ORGANISER ET SUIVRE SA PROSPECTION TERRAIN ET TÉLÉPHONIQUE

1 – OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir une stratégie de prospection commerciale adaptée à leurs objectifs
- Organiser et planifier efficacement leurs actions de prospection terrain et téléphonique
- Structurer un discours de prospection cohérent et impactant
- Mettre en place des outils de suivi et d'analyse de la prospection
- Optimiser leurs performances commerciales dans la durée

2 – DURÉE

Durée totale : 21 heures – 3 jours

Organisation :

- Jour 1 : 7 heures
- Jour 2 : 7 heures
- Jour 3 : 7 heures

Modalités :

Formation en présentiel ou en distanciel synchrone (classe virtuelle)

3 – PRÉ-REQUIS

- Maîtrise des bases essentielles de savoirs et de compétences
- Aucun prérequis technique spécifique

4 – PROGRAMME

Bloc 1 – Définir sa stratégie de prospection

- Enjeux et objectifs de la prospection commerciale
- Identification et qualification des cibles
- Choisir les canaux de prospection adaptés
- Définir des indicateurs de performance

Bloc 2 – Organisation et planification de la prospection

- Planifier ses actions de prospection
- Gestion du temps et priorisation
- Outils d'organisation et de suivi
- Structuration d'un plan de prospection

Bloc 3 – Techniques de prospection téléphonique et terrain

- Approfondissement des techniques de prospection téléphonique
- Approfondissement des techniques de prospection terrain
- Gestion des objections complexes
- Adapter son discours selon le profil du prospect

Bloc 4 – Suivi et pilotage de la prospection

- Mise en place d'outils de suivi (tableaux de bord, reporting)
- Analyse des résultats de prospection
- Ajustement des actions et amélioration continue
- Suivi de la relation prospect / client

Bloc 5 – Mise en pratique et professionnalisation

- Mises en situation longues et scénarisées
- Jeux de rôle complexes (prospection, relance, suivi)
- Analyse collective des pratiques
- Construction d'un plan d'action personnalisé

5 – PÉDAGOGIE CSFORM94

- Approche expérientielle basée sur des situations professionnelles réelles
- Alternance entre apports théoriques, pratiques et analyses de cas
- Travail approfondi sur la posture commerciale et la stratégie
- Apprentissage collaboratif et échanges d'expériences
- Feedbacks continus et individualisés

6 – MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation équipée ou outil de visioconférence
- Supports pédagogiques remis aux participants (PDF, fiches pratiques)
- Exercices, études de cas et supports de mise en situation
- Encadrement par un formateur professionnel expérimenté

7 – MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques structurés
- Ateliers pratiques individuels et collectifs
- Jeux de rôle et mises en situation professionnelles
- Analyse de pratiques et échanges dirigés

8 - MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation de positionnement en début de formation
- Évaluations formatives tout au long de la formation
- Évaluation finale des acquis
- Évaluation de satisfaction à chaud
- Évaluation à froid post-formation (si applicable)

9 - MODALITÉS DE VALIDATION DE LA FORMATION

- Attestation de fin de formation
- Certificat de réalisation

MODALITES ET DELAI D'ACCÈS

Accompagnement disponible toute l'année sur demande Calendrier décidé conjointement selon votre besoin et la disponibilité de nos experts

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.
- Des adaptations pédagogiques et organisationnelles peuvent être mises en place après analyse des besoins spécifiques du participant.

Note Article L. 6353-1 DU CODE DU TRAVAIL

« Les actions de formation professionnelle mentionnées à l'article L. 6313-1 sont réalisées conformément à un programme préétabli qui, en fonction d'objectifs déterminés, précise le niveau de connaissances préalables requis pour suivre la formation, les moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement mis en œuvre ainsi que les moyens permettant de suivre son exécution et d'en apprécier les résultats... »

Date :

Signature du client précédée
de la mention « Lu et approuvé » :

Merci de parapher chaque page