

## 2 jours (14h)



### Public visé

Toutes les personnes chargées au sein de l'entreprise de la vente et de la prospection.



### Présentiel



### Effectif

Min 3 / Max 12 personnes



### Pré-requis

Aucun



### Intervenant

Partenaires labellisés



### Tarif

- En intra  
1 300€ HT /jour  
Hors frais de mission
- En inter  
Nous consulter



### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Le contenu de la formation s'adapte aux besoins des apprenant(e)s grâce à l'expertise de l'intervenant. L'animation est basée sur des apports à la fois théoriques et pratiques, à partir de l'expérience et des connaissances des apprenant(e)s.

### Objectifs pédagogiques

- S'approprier une démarche de prospection
- Développer sa connaissance des produits ou services de l'entreprise
- Améliorer son écoute en prospection
- Oser être curieux pour mieux entrer en relation avec un prospect
- Connaître ses points forts et les maîtriser pour prendre du plaisir à vendre
- Augmenter son taux d'acquisition de nouveaux clients
- Avoir envie de réaliser plus régulièrement une prospection

### Contenu de la formation

#### SAVOIR CE QUE L'ON FAIT

#### Bien connaître vos produits/services pour mieux vous intéresser et comprendre votre prospect

- Approfondir votre connaissance produit
- Modéliser un processus d'intégration rapide des produits et services
- Découvrir l'importance de connaître votre prospect pour l'argumenter

#### S'intéresser vraiment à votre prospect pour qu'il s'intéresse à vous

#### Les outils

- Le FOCA (Fait/Opinion/Changement/Action)
- Les 3 dimensions du questionnement
- Le recueil de l'information

#### L'attitude

- Recevoir pour donner
- Prendre plaisir à questionner pour dialoguer
- L'importance de l'écoute dans l'interrelation

#### OBTENIR CE QUE L'ON VEUT

#### Asseoir votre crédibilité pour mieux aider le prospect à choisir

#### Mieux connaître pour mieux écouter le prospect

- L'intention ou l'état d'esprit
- Le Vouloir et le Pouvoir
- La communication non verbale
- Le cadre de référence
- Les besoins fondamentaux
- Mesurer l'impact de votre pensée sur la réussite de votre action
- Comprendre votre mode de fonctionnement pour mieux l'utiliser

#### Aider le prospect à vous choisir

- Du bénéfice attendu par votre prospect à votre preuve produit / service
- Adaptation de votre argumentaire à votre prospect
- Le point de rupture
- L'aide à la décision

### Évaluation

- Évaluation formative tout au long de la formation (exercices pratiques)
- Évaluation des acquis en fin de formation
- Bilan de satisfaction des stagiaires
- Attestation de fin de formation