

PPS® - TECHNIQUES DE PROSPECTION

Le programme *Techniques de prospection*® aide les commerciaux à réussir leurs activités de prospection en mettant en place un processus plutôt qu'une succession d'appels "dans le dur".

Pour ceux qui prospectent des entreprises, ce programme permet d'acquérir les méthodes et les compétences nécessaires pour initier des relations professionnelles avec de nouveaux clients. En particulier, les participants vont découvrir une démarche de prospection en trois phases - Préparer, Contacter, Mesurer - ainsi que les techniques, méthodes et comportements qui assurent l'efficacité à chaque étape.

Contenu et objectifs pédagogiques

Contenu

Dans la phase **Préparer**, les participants apprennent à préparer efficacement leur démarche générale de prospection, ainsi que chaque appel en particulier :

- ▶ Analyser le flux d'opportunités aux différentes étapes du processus de développement commercial, de façon à mesurer la nécessité de prospecter et de se fixer des objectifs précis.
- ▶ Identifier les prospects (si nécessaire) en recherchant des pistes à partir d'une variété de sources, et en les évaluant sur la base de critères préalablement définis.
- ▶ Détecter les enjeux auxquels les prospects peuvent être confrontés et auxquels les commerciaux peuvent les aider à faire face.
- ▶ Effectuer des recherches de façons à établir des priorités et concentrer leurs efforts de prospection sur les bonnes cibles.
- ▶ Préparer une approche pour accéder aux prospects difficiles.

Dans la phase **Contacter**, les participants vont se concentrer sur les techniques et compétences qui les aideront à capter l'intérêt des prospects lorsqu'ils les joignent au téléphone. En particulier, les participants vont découvrir comment :

- ▶ Préparer et fournir au prospect l'information pertinente qui capte son intérêt.
- ▶ Utiliser des sondages brefs pour explorer les opportunités.
- ▶ Proposer un plan d'action qui permette d'obtenir un rendez-vous.
- ▶ Qualifier le prospect pendant l'appel.
- ▶ Faire face à l'indifférence du prospect.
- ▶ Prendre en compte les intermédiaires.
- ▶ Utiliser les messageries efficacement.

Finalement, dans la partie **Evaluer**, les participants découvriront l'importance de la mesure des résultats de leurs démarches de prospection de façon régulière. Les participants apprendront à :

- ▶ Utiliser des outils permettant d'évaluer la mise en oeuvre des techniques au cours de chaque appel de prospection.
- ▶ Mesurer les indicateurs réguliers de succès de la prospection.
- ▶ Revoir les outils de planification et de prévisions pour améliorer la démarche.

Objectifs pédagogiques

Le programme *Techniques de prospection*® s'appuie sur les méthodes pédagogiques suivantes :

- ▶ Des exercices individuels au cours desquels les participants évaluent leurs difficultés actuelles de prospection.
- ▶ Des exemples vidéo qui illustrent l'utilisation des techniques et méthodes dans des situations réalistes.
- ▶ Des jeux de rôles au cours desquels les participants mettent en pratique et évaluent les techniques.
- ▶ Des exercices en sous-groupes et en équipes pour s'approprier les techniques et la mise en oeuvre des méthodes.
- ▶ Des exercices écrits qui renforcent la compréhension des techniques et préparent leur mise en application dans leurs propres situations.

Les bénéfices de cette formation

Vos commerciaux :

- ▶ Augmenteront leur chiffre d'affaires en obtenant plus de rendez-vous avec les bons interlocuteurs chez leurs prospects.
- ▶ Gagneront du temps en préparant efficacement leurs démarches de prospection.
- ▶ Gagneront l'intérêt de leurs prospects en établissant les bases d'une relation à long terme.

Vos clients :

- ▶ Bénéficieront d'une démarche structurée et préparée.
- ▶ Ne perdront plus de temps avec des commerciaux mal préparés.

Votre entreprise :

- ▶ Constatera une augmentation des flux d'opportunités et d'affaires à mesure que les commerciaux équilibreront leurs activités entre suivi de comptes et développement commercial.
- ▶ Augmentera sa productivité grâce à une meilleure utilisation de ses ressources.
- ▶ Améliorera ses parts de marché grâce à l'acquisition de nouveaux clients.

A qui s'adresse cette formation

Participants : aux commerciaux et à leurs managers.

Durée de la session : session présentielle de 2 jours.

Taille des groupes : jusqu'à 12 participants.



A propos de Miller Heiman Group

Miller Heiman Group une Société Internationale leader dans le domaine de la performance commerciale et de l'excellence de la gestion des clients. Nos ressources sans équivalent et nos solutions proviennent de la combinaison de savoir-faire et d'expérience de marques puissantes qui constituent Miller Heiman Group - Miller Heiman, AchieveGlobal, Channel Enablers et Impact Learning Systems.

Ensemble, ces Sociétés ont adopté la conviction inébranlable que la meilleure approche de l'engagement du client est celle qui est collaborative et guidée par les enjeux et besoins spécifiques de chaque client.

Soutenue par l'expérience pragmatique de praticiens des ventes passionnés, Miller Heiman Group procure un savoir-faire d'excellence et une expérience dans tous les aspects des processus de relation client et de vente. Nous travaillons avec des organisations dans tous les domaines d'activité, où qu'elles soient dans le monde, pour bâtir et entretenir des organisations hautement performantes, centrées client, en mesure de piloter une croissance profitable et de haut niveau.