



GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

PUBLIC

Ingénieurs technico commerciaux, chargés de clientèle.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Organiser son action et obtenir des rendez-vous qualifiés.

PRÉ REQUIS

Pas de pré requis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

Le formateur accompagne le ou les participants dans les étapes clés de la prise en main de son rôle de chargés de clientèle.

Les formateurs ERSILY sont sélectionnés en fonction de leur connaissance approfondie et pratique du métier et de l'environnement spécifique du ou des participants. Leur nom et compétences sont communiqués aux stagiaires avant le début de la formation. Le programme est adapté et défini par le client et le formateur préalablement.

Moyens pédagogiques : salle de formation équipée de vidéo projecteur, caméra et ordinateur plus paper board.

DURÉE ET LIEU

Sur site ou en organisme de formation.

Durée : 2 jours ou 14 heures.

Les dates sont à définir avec l'entreprise.



PROGRAMME

Bâtir son plan d'action :

- Définir sa stratégie d'action : du ciblage à la planification,
- Choisir ses priorités : la règle des trois critères,
- Se définir des objectifs ACIER.

Obtenir des rendez-vous qualifiés :

- Choisir et exploiter des fichiers : les principes clés,
- Mailing, phoning, approche directe, réunion clients,
- Avantages et limites, conseil d'utilisation,
- Franchir les barrages secrétaires,
- Maîtriser le téléphone avec les «8P»,
- Les nouvelles méthodes de prospection.

Engager l'action de vente auprès d'un prospect :

- Préparer une visite de prospection,
- Une méthode d'entretien en 5 points,
- Les comportements qui favorisent le premier contact,
- Identifier votre prospect au premier regard,
- Les caractéristiques et attitudes à repérer,
- Comment se présenter et susciter l'intérêt d'un prospect réticent,
- Poser les bonnes questions et améliorer son écoute,
- Préparer la fidélisation du futur client dès le premier contact,
- Comment enclencher une relation durable.

Exercer l'indispensable suivi :

- Établir un planning de relance,
- Gérer l'information: comment exploiter son fichier prospect,
- Les outils simples qui facilitent le suivi de prospection.

Faire de chaque client un apporteur d'affaires :

- Lever les freins psychologiques qui peuvent empêcher de demander aux clients une recommandation,
- Choisir le juste moment et le juste ton,
- Les techniques de demande de parrainage.