



14 HEURES



E-learning



Présentiel 2 jours



Distanciel 14 h

DÉTECTER DES OPPORTUNITÉS AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LA PRISE DE RENDEZ-VOUS PAR TÉLÉPHONE



PUBLICS CONCERNÉS

- Chef de projet ou personne amenée à gérer des projets



PRÉ-REQUIS

- Il est conseillé de suivre le module e-learning en amont du distanciel / présentiel



OBJECTIFS

- Être efficace dans sa prospection, savoir s'organiser et utiliser les techniques de prospection avec aisance
- Détecter des leads, des appels d'offres en mixant les techniques de prospection « classiques » et « digitales »
- S'entraîner sur les réseaux sociaux BtoB en vogue et en particulier sur LinkedIn
- Savoir prendre un rendez-vous par téléphone et à la suite d'un premier contact digital

Cette formation vous apporte les clés d'une démarche de prospection mixant des techniques « classiques » et « digitales » avec l'utilisation des réseaux sociaux du moment.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE E-LEARNING

Tutoriel pour créer votre compte LinkedIn avec succès et préparer ainsi la formation.

MODULE DISTANCIEL / PRÉSENTIEL

1. LES CONDITIONS DU SUCCÈS POUR PROSPECTER AUJOURD'HUI

La veille digitale pour enrichir son fichier par le ciblage digital

- Les 5 règles d'or d'une prospection réussie
- Identification de ses cibles, segmentation du portefeuille clients
- Organiser sa prospection au quotidien
- Piloter sa prospection : définir un rythme, calibrer son effort en fonction de l'objectif
- Comprendre le Fonctionnement Clients : les étapes du parcours d'achat : Passif, Intéressé, Engagé, Décidé

2. LES DIFFÉRENTS SOURCES ET MOYENS DE PROSPECTION

Identifier les sources de prospection pertinentes et gagnantes

- Tour d'horizon des moyens de prospection
- Plan d'action pour varier les techniques en fonction des cibles

3. PROSPECTION « DIGITALE » ET SOCIAL SELLING

La veille digitale pour enrichir son fichier

- Détecter les prospects en recherche de prestataires (appel d'offre, projet...)
- Identifier les nouvelles tendances, utiliser l'actualité des clients, etc.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Blended learning : alliance d'e-learning (module de sensibilisation en amont) et de distanciel.

Distanciel : alternance d'échanges, de partages, d'apports de méthodes et outils, d'exercices d'intégration et de mises en situation. Un cas pratique « fil rouge » permet de s'entraîner sur un projet professionnel de A à Z.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Support complet avec les concepts et les exercices d'entraînement des quizz et un Plan de Progrès individuel.

ÉVALUATION

- **Amont** - Recueil des attentes et besoins, vérification du pré-requis
- **Début de la formation** - Quizz de démarrage ; évaluation de pré-acquis
- **Fin de la formation** - Quizz de fin ; Évaluation des acquis ; Évaluation de la satisfaction à chaud en salle et à froid en ligne après 3 mois.

ATTESTATION DE FORMATION

L'interface LinkedIn comme cas pratique : comprendre sa logique pour en faire un allié

- Points clés d'un profil percutant : Construction / Amélioration de son profil
- Développer et animer son réseau de prospects
- Effectuer une veille digitale efficace
- Animer son réseau : les bonnes pratiques

Détecter des opportunités grâce à une stratégie « réseau augmenté »

- Faire venir à soi les prospects et obtenir des demandes de RDV
- Prendre contact avec ses cibles (mise en pratique et création des accroches)
- Qualifier et identifier les opportunités

4. LES MÉTHODES DE PROSPECTION « CLASSIQUES » : LES FONDAMENTAUX À MAÎTRISER

- Les techniques de recommandations : Comment impacter sur son réseau et se créer des opportunités insoupçonnées
- Mise en pratique sur les techniques de recommandation active
- La prise de RDV par téléphone
- Comment préparer une structure d'appels sortants efficaces (technique AIDA), comment « vendre » le RDV commercial
- Argumenter en mode CAB pour valoriser son approche et convaincre de l'intérêt du RDV
- Les techniques de communication paraverbales
- Le vocabulaire KO / OK
- Le traitement des barrages
- Le traitement des objections à la prise de rendez-vous (entraînement sur les objections rencontrées par les participants)

Mise en pratique : simulation d'appels – débriefing et conseils personnalisés