

Formation Commercial Intermédiaire : Prospection B2B traditionnelle + Prospection sur les Réseaux sociaux + Prospection par E-Mailing

Durée :	5 jours
Public :	Commerciaux - Cadres commerciaux - Assistants commerciaux
Pré-requis :	Avoir les connaissances de bases du domaine commercial
Objectifs :	Découvrir comment prospecter efficacement - Utiliser les réseaux sociaux pour prospecter - Apprendre à créer ses E-Mailing de prospection et à les envoyer
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	COM100167-F
Note de satisfaction des participants:	4,90 / 5

Introduction

Qu'est-ce que prospecter ?
Présentation de la formation

Enjeux de la prospection

Gagner de nouveaux clients
Aborder des marchés potentiels nouveaux
Se donner une image dynamique
Participer à la croissance de son entreprise
Valoriser son profil de commercial avec un projet difficile

Préparer sa prospection : Quelles entreprises vais-je prospecter ?

Qui sont mes clients ?
Quelle est la cible type de l'entreprise ?
Quelles entreprises pourrait-on prospecter ?
Qui ai-je envie de prospecter ?

Atelier : lister les cibles potentiels de mon entreprise

Préparer sa prospection : Quels contacts vais-je prospecter ?

Quelles sont les fonctions / intitulés de poste qui achètent habituellement les produits de mon entreprise ?

Quelles sont les sources pour obtenir les contacts ?

Principales sources de contacts d'entreprises

Préparer sa prospection : Comment vais-je prospecter ?

Prospection par téléphone

Prospection par courrier

Prospection par mail

Prospection par rendez-vous

Prospection par démarchage

Autres prospections

Préparer sa prospection : Quel angle d'approche ?

Quel produit mettre en avant ?

Quel discours ?

Quel moyen ?

Quels supports de communication ?

Préparer sa prospection : Comment éviter les barrages ?

Barrages d'autres interlocuteurs : assistants, secrétaires

Freins de votre interlocuteur

Pièges divers

Bonnes pratiques

Atelier : Préparer un scénario de prospection par téléphone / mail / rendez-vous

Préparer sa prospection : tester son scénario

Faire valider son scénario par d'autres commerciaux

Tester auprès de cibles secondaires

Affiner le scénario

Préparer sa prospection : travailler son image

Quelle image vous donnera le plus de chance de réussir ?

Trouver la présentation physique adéquate

Soigner sa voix

Erreurs à éviter

Préparer sa prospection : travailler son mental

La concentration

Les images positives

Confiance

Gestion des distractions

Apprentissage continu

Engagement

Atelier : lister des images positives pour vous même

Planifier la prospection

- Organisation générale
- Phase de phoning
- Phase de compte-rendu
- Phase de rendez-vous
- Débrief avec supérieurs

Exemples de prospection téléphonique

- Exemples réussis
- Erreurs fréquentes
- Timing des appels
- Gestion de la conclusion
- Exemple de tableaux de bords de suivi

Atelier : Simulation d'appels et debrief en groupe

Exemples de rendez-vous

- Exemples réussis et bonnes attitudes
- Présentation de produit
- Ecoute du prospect et interrogation
- Erreurs fréquentes
- Timing
- Conclusion
- Exemple de compte-rendu

Atelier : Simulation de rendez-vous et debrief en groupe

Conclusion du plan de prospection

- Difficultés rencontrées en prospection
- Résultats Obtenus
- Adaptation du plan de prospection

Méthodologie globale

- Définir la cible
- Définir le message
- Etablir un scénario
- Tester
- Réaliser le scénario
- Critiquer
- Ré-adapter
- Mesurer les résultats

Atelier : produire plusieurs scénarios de prospection sur des cibles différentes

Découvrir les réseaux sociaux professionnels

- Présentation des réseaux sociaux professionnels
- Principes de fonctionnement

- Création de fiche individuelle
- Préparer sa recherche de prospect
- Importance de certains champs pour la recherche

Prospecter sur les réseaux sociaux professionnels : LinkedIn

- Créer/gérer son profil en ligne
- Rechercher des décideurs sur les réseaux sociaux pro
- Les recommandations
- Les personnes qui ont consulté son profil

Atelier : Cas pratique de prospection sur LinkedIn

Utiliser les réseaux sociaux pros avant de lancer une campagne de prospection

- Chercher des contacts dans les entreprises ciblées par sa prospection
- Prendre des renseignements sur l'entreprise
- Poser des questions auprès de personnes de l'entreprise
- Capitaliser les informations recensées

Utiliser Twitter pour sa prospection

- Présentation de Twitter
- Remplir son profil
- Cibler les comptes d'entreprises
- Mettre en avant son expertise
- Prospecter sur Twitter

Méthodologie

- Définir sa cible
- Définir son message
- Choisir ses réseaux
- Lancer sa recherche de décideurs
- Prospecter
- Evaluer les retours

Atelier créer des scénarios de prospection sur plusieurs cibles

Facteurs clefs de succès de votre E-Mailing

- Utiliser de bonnes bases de données
- Soigner son contenu
- Bien choisir son titre
- Choisir la date/heure d'envoi
- Choisir la fréquence d'envoi

Focus sur le routage

- Utiliser une simple messagerie
- Utiliser un logiciel client
- Installer un serveur de mailing
- Faire appel à une société spécialisée en routage

Atelier : Création d'un compte gratuit chez une société de routage

Comment créer son e-mailing ?

- Prendre en compte les normes
- Insérer et mettre en forme du texte
- Insérer des images
- Créer des liens

Atelier : Création et envoie d'un premier e-mailing

E-Mailing de prospection : Bases de données

- Utiliser sa bases de prospects
- Acheter une base Opt-in
- Réseaux sociaux
- Autres sources

E-Mailing de prospection : Type de campagne

- E-Mailing de masse généraliste : avantages et inconvénients
- E-Mailing ciblé : personnalisation de a cible en fonction du contenu
- Campagne restreinte très personnalisée

E-Mailing de prospection : Contenu

- Avoir un titre accrocheur
- Soigner le contenu : ni trop court, ni trop long
- Soigner la forme : éliminer le superflu

E-Mailing de prospection : Outils de transformation

- Lien vers votre site web
- Page de destination
- Numéro de téléphone
- Adresse mail
- Réseaux sociaux

Atelier : Créer un E-Mailing de prospection pour une agence web

Création avancée de newsletter

- Mettre en forme une newsletter plus sophistiquée
- Utiliser les tableaux
- Utiliser des colonnes
- Gérer les couleurs d'arrière plan
- Se servir des templates
- Aspects juridiques

Optimisations

- Obtention des emails
- Optimisation des emails

- Optimisation du taux d'ouverture
- Optimisation de l'objet
- Les spam words
- Optimisation du taux de clic
- Optimisation du taux de transformation
- Optimisation du jour et de l'heure

Méthodologie

- Respecter toutes les phases et leur ordonancement
- Suivre les statistiques

Atelier : Créer une campagne E-Mailing sur une thématique libre

Conclusion

- Synthèse
- Questions/Réponses