

Formation commerciale certifiante :

Intégrer le digital dans son plan d'actions de prospection commerciale opérationnelle multicanal

Pour qui :Où et quand : [Cliquez-ici](#)

Demandeurs-d 'emploi, Salariés, Commerciaux, Business développer, entrepreneurs, dirigeants, managers, Actifs de tous secteurs souhaitant s'orienter vers la gestion commerciale et la vente.

Objectif de la formation certifiante : Le commercial d'aujourd'hui est amené à exercer son activité dans tous les secteurs d'activités, dans tout type do' rganisation et avec une clientèle diversifiée. Il doit s'adapter à une relation client mouvante (en présentiel, à distance, e-relation).

La certification vise à répondre à ce besoin, en proposant acquisition de compétences complémentaires qui intègrent aussi bien les canaux classiques de vente et de distribution que les canaux du digital. Cette formation certifiante courte propose une évolution des compétences pour évoluer du simple commercial au commercial augmenté, digitalisé et opérationnel.

Objectifs pédagogiques :

Préparer les contenus nécessaires à l'utilisation des outils de son action de prospection commerciale, en utilisant les règles de techniques marketing, afin d'optimiser la détection de projets auprès de son interlocuteur. Définir un plan d'action avec des objectifs opérationnels chiffrés au moyen d'une feuille de route de prospection quotidienne, dans le but de mesurer ses actions de prospection. Établir une base de prospection segmentée et scorée grâce à l'extraction de données commerciales issues de fichiers professionnels et de réseaux sociaux, afin de Construire une base de prospects exploitable plus efficacement. Évaluer la qualité de son action de prospection par une analyse des ratios de performance afin d'identifier les axes d'amélioration et de faire évoluer ses méthodes de prospection. Sécuriser la gestion des données conformément au RGPD (Règlement général pour la protection des données) en vue de maintenir la confidentialité des données à caractère personnel. Utiliser des outils bureautiques et digitaux en les configurant afin d'optimiser l'activité de prospection.

Réf.	Désignation	Objectif de la formation	Durée	Pu/H.T
PAC004N	Préparer sa prospection commerciale opérationnelle multicanal	<p><u>1. Préparer les contenus nécessaires à l'utilisation des outils de son action de prospection commerciale multicanal</u></p> <p>a) les règles de rédaction et de création de contenus</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rédiger et structurer son contenu de prospection en appliquant les méthodes psychologiques (PSSI, SONCAS, AIDA) et procédurales (PARADIS) ● Préparer la partie découverte du prospect avec la méthode SAFI afin de détecter les besoins non conscients de l'interlocuteur (Situation, Avantages, Faibles, Impact) ● Préparer les réponses aux objections pendant la phase de découverte en fonction de la typologie du prospect ● Préparer une matrice CAP/SONCAS pour adapter ses arguments à la psychologie de son prospect (Caractéristiques/Avantages/Preuves) 	3 Jours en présentiel /Online	Inter :2600€ Intra : 3900€

<p>PAC004N</p>	<p>Préparer sa prospection commerciale opérationnelle multicanal (suite)</p>	<p>b) Préparer des contenus pour les entretiens clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Préparer plusieurs argumentations pour arriver au bon interlocuteur ● Rédiger et structurer son script de prospection en appliquant les méthodes psychologiques (AIDA, SONCAS, PSSI) et procédurales (PARADIS) ● Préparer la partie découverte avec la méthode de questionnement SAFI afin de détecter les besoins non conscients de l'interlocuteur (Situation, Avantages, Faibles, Impact) ● Préparer les réponses aux objections pendant la phase de découverte en fonction de la typologie de l'interlocuteur ● Préparer une matrice CAP/SONCAS pour adapter ses arguments à la psychologie de son interlocuteur (Caractéristiques/Avantages/Preuves) ● Rédiger des e-mails de suivi d'entretien en fonction des résultats potentiels de réponses ● Valoriser son offre commerciale en la personnalisant et en mettant en valeur ces avantages concurrentiels <p>c) Préparer des contenus à destination de plateformes de partage, des réseaux sociaux, des blogs, des espaces de forum et de commentaires, des CMS.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rédiger, Partager et publier des informations et des contenus pour communiquer ses propres productions ou opinions, relayer celles des autres en contexte de communication publique (avec des plateformes de partage, des réseaux sociaux, des blogs, des espaces de forum et de commentaire, des CMS, etc.).. <p><u>2. Organiser son plan d'action de prospection</u></p> <p>a) Définir des objectifs opérationnels chiffrés</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Nombre de contact quotidiens ● Nombre de rendez-vous ● Potentiel de chacun des prospects <p>b) Établir une feuille de route de prospection quotidienne par type d'actions de prospection</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Création de séquences de prospection : <p style="text-align: center;">(Message, Post, Appel, Courriel)</p> <p>c) Déterminer son effort commercial à partir de l'IPP (indice probable de potentiel) de chaque prospect</p>		
----------------	---	--	--	--

<p>PAC004N</p>	<p>Organiser sa prospection commerciale opérationnelle multicanal</p>	<p>d) Trier les prospects en fonction du score obtenu</p> <p><u>3. Concevoir une base de données prospects</u></p> <p>a) Extraction des données froides</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Extraire des bases officielles (bases légales, annuaires) les données « froides » afin de constituer un/des fichier(s) prospects d'une cible précise :base siret, linkedin,.... <p>b) Exploitation des informations chaudes afin d'enrichir les données froides :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Surveiller les signaux commerciaux et collecter des données dans le but d'enrichir la base de données de prospects au moyen d'outils d'extraction de données web, des réseaux sociaux professionnels (Linkedin, viadeo, club pro, ...) ● Réaliser une veille informationnelle sur son marché avec des outils de curation afin de recueillir des informations pertinentes et filtrées ● Enrichir les données au moyen d'outils de crowdsourcing ● Mettre en place une veille d'information, flux et curation <p>c) Établir une base de données de prospects recensés, segmentés et scorés</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Stocker, organiser, analyser, des données pour les retrouver, les conserver et en faciliter l'accès et la gestion ● Alimenter une liste informatisée de prospects dans un CRM (Customer Relationship Management) ou d'un tableur (type excel) afin de faciliter l'usage des informations et leurs mises à jour ● Mettre en place des critères pertinents de segmentation et de scoring afin d'en prioriser leur exploitation : ● Sélectionner des critères objectifs (CA, effectif, secteur d'activité, zone géographique...) ● Affecter un poids cohérent à chaque critère retenu pour calcul par exemple IPP: Indice probable de potentiel IPA : Indice probable d'accessibilité commerciale <p>d) Obtenir de l'information pertinente</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre le circuit de décision pour identifier le/les décisionnaires ● Adapter sa stratégie à différentes typologies d'interlocuteurs ● Adopter le vocabulaire et l'attitude adéquats ● Mener une écoute active 		
----------------	--	--	--	--

<p>PAC004N</p>	<p>Organiser sa prospection commerciale opérationnelle multicanal (suite)</p>	<p>4. Analyser ses résultats de prospection</p> <p>a) Évaluer la performance de son action commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Analyser les performances de sa prospection à l'aide d'indicateurs de résultats fixés à l'avance ● Identifier les axes d'amélioration et les consigner par écrit ● Prévoir des actions correctives ● Mobiliser les ratios de performance commerciale basiques ● Consigner par écrit à chaque prise de contact les faiblesses identifiées pour ne pas les réitérer ● Adopter une posture critique et réflexive dans le but de faire évoluer ses méthodes de prospection <p>5. Construire, utiliser et sécuriser l'environnement numérique</p> <p>a) Construire un environnement numérique</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sélectionner, installer, configurer les outils numériques adaptés aux activités à mener : <ul style="list-style-type: none"> o CRM, CMS, tableur o Plateformes de partage, réseaux sociaux, blogs, forum... o Outils d'automatisation digitale de prospection <p>b) Sécuriser les équipements, les communications et les données</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sélectionner et mettre en place des outils de sécurisation et de protection des données conformes au RGPD (Règlement général pour la protection des données) ● Sélectionner et mettre en place des outils protection contre les attaques, pièges, incidents susceptibles de corrompre la sécurité des données 		
----------------	--	---	--	--

Matériel requis :

Webcam avec microphone et connexion internet fiable, de préférence en mode filaire. PC + Téléphone+Tableur + Boite email

Matériel fournis : Fichiers d'appels sont mis à disposition pendant la formation (Les outils mis à disposition restent être la propriété de Negociatis)

Prérequis :

-Être au moins titulaire d'une qualification de niveau 3 (niveau BEP/CAP) ou pouvoir justifier d'un minimum de 6 mois d'expériences professionnelles consécutives ou non.

Modalités et délais d'accès :

Début des inscriptions 1 mois minimum avant le début de la formation visée.

NEGOCIATIS

Méthodes mobilisées et Modalités d'évaluation.

En présentiel ou en distanciel, nous adaptons nos formations aux besoins du commanditaire et des stagiaires en partant de leurs problématiques. L'alternance de la théorie et de la mise en application immédiate permet d'évaluer les participants tout au long de la formation, de partager des retours d'expérience et d'évaluer les progrès des stagiaires. Un QCM permet d'évaluer les acquis des participants en début et à l'issue de la formation. Le score obtenu est reporté sur le certificat de réalisation délivré après la formation.

Accessibilité :

Les personnes qui rencontreraient des difficultés pour cause de situation de handicap, même léger, même provisoire, sont priées de bien vouloir nous consulter au moment de leur inscription, afin de nous permettre d'évaluer ensemble un dispositif d'adaptation de notre formation. Lors de sessions en présentiel, nous disposons d'une salle accessible aux personnes à mobilité réduite. Merci de nous avertir pour que nous puissions la réserver.

Résultats obtenus : Nc (pas de formation 2023)

Période du

Nombre de sessions:

Nombre de bénéficiaires de la formation :

Nombre de retour de questionnaire de satisfaction :

Taux de satisfaction : _____

Date de mise à jour de cette fiche : 10/09/2024

Tel: 01 84 80 84 82 - Email: contact@negociatis.com - Web: <http://www.negotiatis.com>