

## Prospection : Optimiser sa performance commerciale

### Public et Objectifs :

Responsables commerciaux, commerciaux étant amené à développer leur activité commerciale au travers d'actions de prospection performantes basées sur une meilleure connaissance de soi et de ses interlocuteurs (prospects/Clients) :

- Prendre conscience de ses modes de fonctionnement et de ceux de ses interlocuteurs
- Optimiser son action de prospection en adéquation avec les différentes typologie (La sienne et celles des clients)
- Performer dans ses techniques de prospection

**Prérequis :** Aucun

**Durée :** 1h30 d'entretien individuel + 2 jours en présentiel

### Méthodes - Outils pédagogiques – Modalité d'évaluation

- Diagnostic comportemental : Questionnaire Executive Profiler à remplir en ligne en amont de la formation avec restitution
- Alternance théorie et mises en situation basées sur des cas concrets apportés par les participants / Alternance de partages en collectif et de temps de réflexion individuelle / Débriefing sur les comportements mis en œuvre : analyse de pratique / Ateliers pour mise en application directe dans les objectifs opérationnels
- Support de cours
- Évaluation des acquis tout au long de la formation par des mises en situations tirées des retours d'expériences des participants

### Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin d'adaptation, retrouver le contact de notre référent handicap et les modalités d'accueil sur la page : [Infos pratiques/Situation de Handicap](#)

## Programme de formation

### A DISTANCE EN INDIVIDUEL

#### Atelier « Évaluer son Talent et prendre conscience de son fonctionnement » :

##### Questionnaire Executive Profiler à remplir + Entretien individuel 1h30 par stagiaire en classe virtuelle

Dans le cadre de la prospection commerciale, l'approche comportementale favorisera une meilleure prise en compte de chaque interlocuteur afin de mieux communiquer, de mieux se synchroniser et de mettre en place des actions efficaces pour transformer les prospects en clients.

Elle va faciliter l'intégration du facteur humain dans la communication et la compréhension de l'autre.

- **Prendre conscience de soi : pouvoir s'évaluer et se déterminer sur différents points :**  
Valeurs, priorités, style relationnel, de communication, d'apprentissage, mode d'organisation, méthode de résolution de problème, capacité d'adaptation, rapport au temps, à l'autorité.
- **Repérer les effets du stress sur son comportement et l'impact dans son contexte, pour soi et ses partenaires de travail**

**Atelier pratique :** Travail sur les résultats Exécutive Profiler - Echange pour une prise de conscience de son Talent naturel et de son fonctionnement hors pression et sous pression - Initier son plan d'action individuel

### EN PRESENTIEL COLLECTIF

#### Jour 1 : Prendre conscience de sa façon de communiquer et de son l'impact sur ses interlocuteurs

- **Atelier pratique : Décrypter sa façon de communiquer**  
A partir des résultats du questionnaire Executive Profiler, des exercices d'approfondissement sont effectués en regroupant les participants selon leurs résultats au questionnaire Executive Profiler. Ils ont pour objectif de :
  - Permettre à chacun de mieux appréhender ses préférences en termes de communication et de percevoir ses non-préférences comme un potentiel de développement
  - Travailler sa perception des autres : évaluer et mieux comprendre le comportement de ses interlocuteurs :
    - Envisager les différences en termes de complémentarités
    - Prendre conscience de la perception des autres vis-à-vis de soi sur sa communication
    - Anticiper les effets du stress sur son mode de communication
    - Identifier son style d'influence
- **Développer une communication adaptée à la prospection**  
L'importance du non verbal dans la qualité des échanges : regard, voix, intonations, gestes, attitudes...  
Dépasser nos a priori liés à notre culture et notre éducation ; notre vision du monde, nos interprétations  
Apprendre à se décentrer pour pouvoir aborder l'autre sans comparer avec son cadre de référence et sans porter de jugements  
Comprendre la motivation et les profils de ses Prospects/Clients  
La structure des premières minutes  
Apprendre à changer d'angle pour aller à découverte du modèle de l'autre  
Adopter une communication positive, les éléments de langage adaptés  
Écouter pour comprendre : l'écoute active  
Adapter sa communication au contexte : Téléphone, Face à face

**Atelier pratique :** Entraînements et mises en situations sur la communication, jeux – Compléter son plan d'action.

## Jour 2 : Performer ses techniques de prospection

### Optimiser son action de prospection

- Comprendre le cycle de vie d'un client et se situer dans celui-ci : Prospecter, Développer, Fidéliser
- Définir ses cibles de prospects
- Identifier les attentes des prospect, motivations et freins
- Repérer les différents profils prospects et adapter sa stratégie

**Atelier pratique** : Mises en situations : retour d'expériences des participants. Construire son plan d'action pour améliorer sa relation client.

### Argumenter : Valoriser son offre

- Optimiser son plan de découverte : QQQCP, 3C, 4S...
- Construire/Optimiser son argumentaire commercial : CAP/SONCAS
- Travailler ses argumentaires types.
- Mettre en avant ses atouts, pourquoi suis-je le bon partenaire commercial ?

**Atelier pratique** : Mise à jour et optimisation de son argumentaire de prospection

### Traiter les objections

- Accueillir l'objection, en comprendre les raisons
- S'associer aux faits, se dissocier des émotions
- Travailler le questionnement
- Savoir rassurer
- Méthode CRAC
- Utiliser l'objection comme une opportunité
- Préparer son argumentaire pour répondre aux objections principales

**Atelier pratique** : Entraînements à gérer des objections

### Conclure

- Les enjeux de la conclusion : optimiser les processus de décision, signer ou faire un pas de plus vers la vente.
- S'assurer de l'engagement du client

### Finaliser son plan d'action

Déterminer ses axes de progrès personnels et les actions à mettre en œuvre  
Se fixer ses objectifs et son planning de réalisation