

Formation prospection commerciale

• Contexte de formation	2
• Objectifs de formation	2
• Programme de formation	3
• Ingénierie de formation	4
• Organisation de la formation	5
• Méthodes pédagogiques et évaluatives	5
• Validation des acquis	7
• Modalités d'inscription	7
• Prix de formation	7
• Conditions générales	8

SOMMAIRE

Contact

Sylvie LEFEVRE
Tél. : 01 42 26 07 54
info@lca-performances.com

Dates des sessions

27 et 28 juillet 2017
23 et 24 octobre 2017
7 et 8 décembre 2017

LCA Performances Ltd

37, rue d'Amsterdam
75008 - Paris
www.lca-performances.com

Formation prospection commerciale

La mission d'une force de vente passe par une prospection commerciale permanente afin de conquérir les nouveaux espaces de développement. Cette formation, prospection commerciale, s'adresse aussi bien aux commerciaux du terrain que pour les forces de vente sédentaires. Elle s'adresse également à toutes les personnes de l'entreprise qui ont pour mission de prolonger l'action de prospection sous forme de la relation client. Chaque étape de formation prospection commerciale constitue une mise en situation réelle des stagiaires tout en tenant compte de la spécificité de l'environnement professionnel et de profil professionnel de chaque stagiaire.

Cette formation offre un cadre d'entraînement idéal pour l'acquisition et à la mise en pratique de nouvelles compétences au travers de mises en situation réelle pour analyser, comprendre, modifier et améliorer son professionnalisme par l'application des bonnes méthodes au bon moment afin d'accroître sa performance commerciale. Cette formation permet également aux stagiaires de perfectionner les mécanismes de négociation, construire la stratégie commerciale/client afin de mieux optimiser les nouvelles opportunités de croissance pour leur entreprise.

Le public visé :

Cette formation s'adresse aux commerciaux, technico-commerciaux, attachés commerciaux, vendeurs sédentaires, ingénieurs commerciaux, conseillers commerciaux, chargés de clientèle et à tous ceux et celles qui souhaitent créer, adapter, perfectionner ou développer leurs compétences et faire évoluer leur expérience professionnelle vers une fonction commerciale ou à découvrir les nouveaux espaces de développement.

Le prérequis :

En tant qu'une formation de perfectionnement pour ces fonctions, elle ne nécessite pas de prérequis spécifiques en matière de diplômes ou de certification. Cependant une expérience professionnelle acquise, dans les fonctions commerciales précitées est souhaitée afin d'optimiser le retour sur investissement de la formation.

Objectifs de formation

Ces objectifs de formation intègrent les nouveaux enjeux concernant le métier commercial afin de faciliter le déploiement des nouvelles approches du client permettant d'optimiser la performance commerciale en synchronisant l'action avec le contexte dans lequel évolue l'entreprise. Ces enjeux marquent le parcours de cette formation destinée aux commerciaux et qui s'articulent autour des objectifs suivants :

- Découvrir son style de commercial et optimiser ses compétences relationnelles pour être perçu, en toute circonstance et à chaque étape de processus de prospection, comme un professionnel de référence.
- S'approprier les bases de la communication commerciale performante par l'appropriation des méthodes pratiques pour créer une qualité relationnelle optimale grâce à son expression persuasive.
- Maîtriser les techniques de prospection commerciale, d'entretien de vente et d'argumentation, affirmer son professionnalisme et pérenniser la relation commerciale avec tous les profils de clients.
- Comprendre les changements de mentalité des clients en développant ses capacités à découvrir leurs véritables besoins et à identifier le processus de leur prise de décision selon leur profil socioprofessionnel.
- S'entraîner à la pratique de prospection commerciale : savoir observer et décoder les comportements de clients pour mieux optimiser l'information et répondre avec précision à leurs attentes.
- Renforcer sa capacité à faire face aux objections et pressions des acheteurs par la mise en œuvre d'une stratégie de négociation gagnant/gagnant pour défendre ses marges.

La formation à la prospection commerciale développe un dispositif des méthodes et des outils opérationnels qui permettront au stagiaires d'atteindre ces objectifs. Tout au long de cette formation, le stagiaire bénéficie des conseils pédagogiques personnalisés du consultant formateur pour optimiser l'appropriation de nouvelles compétences.

Formation prospection commerciale

Programme de formation

1. Maîtriser les bases d'une communication commerciale performante

Lors de cette séquence de formation le stagiaire est orientée vers la modélisation de son profil de commercial qui commence par une meilleure connaissance de soi et une application rigoureuse d'un dispositif complet des compétences communicatives en cohérence avec le référentiel socioprofessionnel du métier commercial. Elle permet également d'acquérir des méthodes et des outils de communication dont le commercial a besoin pour atteindre plus facilement ses objectifs en matière de prospection.

- La réalisation du diagnostic de ses attitudes spontanées en situation de prospection commerciale.
- L'analyse de son profil personnel en situation de communication commerciale.
- Le repérage des conséquences que chaque type d'attitude peut produire face au prospect.
- Les quatre approches comportementales des prospects : valeurs, processus d'achat, motivations et besoins.
- Les méthodes pour comprendre les attitudes de vos clients et savoir comment s'ajuster en conséquence.
- Les techniques pour décoder les effets efficaces et inefficaces de votre style de commercial.
- La mise en phase de ses attitudes communicatives avec le référentiel des quatre principaux profil de prospects.
- Les entraînements à l'usage des techniques de communication commerciale active.
- Les comportements professionnels qui fluidifient les relations et aident à dépasser les dérapages.

Lors de cette séquence de formation, le stagiaire intègre le mécanismes de performance commerciale, même lorsqu'il appelle un client qui n'attend pas forcément son appel, qui ne le connaît pas, qui ne connaît pas son entreprise, qui est en train de faire autre chose, qui a déjà un fournisseur et en plus qui a le sentiment d'être dérangé. Les pédagogies appliquées sont : inductive, interrogative et démonstrative. Elles s'appuient sur les travaux préparatoires incluent un dossier d'autodiagnostic de son style commercial et les questionnaires sur le parcours professionnel du commercial.

2. Développer son efficacité en prospection commerciale

Cette séquence de formation est centrée sur l'appropriation des outils et les méthodes d'organisation simples et efficaces de son temps pour libérer au maximum ses potentialités commerciales productives. C'est-à-dire d'organiser son temps en stratégie, de manière à choisir les priorités essentielles pour le développement de son efficacité de commercial.

- Les entraînements à la préparation de la prise de contact avec les différentes typologies de prospects.
- Les techniques d'entretien de prospection en mode différencié selon la typologie de prospect.
- L'appropriation des méthodes de questionnement et de reformulation.
- Les stratégies de prospection commerciales qui permettent de transformer un prospect en un client.
- L'intégration de la notion d'offre dans le réflexe de vente active en situation de prospection.
- Comment présenter la fonction d'un produit en termes d'avantage pour le client et conclure la vente.
- Les exercices d'élaboration et de présentation des offres commercialement performantes.
- Les techniques pour maîtriser les situations de refus de proposition, les fausses objections.
- La maîtrise des situations difficiles afin d'assurer la réussite de ses objectifs commerciaux.
- Les stratégies de fidélisation pour faire de chaque client un prescripteur en puissance.

L'action pédagogique de la séquence s'appuie sur les travaux préparatoires ainsi que sur des méthodes et des outils d'organisation qui vont permettre au stagiaire d'intégrer ces compétences dans son action au quotidien. Les pédagogies appliquées lors de cette séquence de formation sont : inductive, démonstrative et en mode projet. Elles s'appuient sur les dossiers préparatoires de la prospection réalisés par le stagiaire avant et pendant la formation. Il s'agit notamment des grilles d'analyse de l'organisation d'un processus complet d'une action de prospection.

Formation prospection commerciale

3. S'entraîner à la pratique de prospection commerciale

Maîtriser les techniques de prospection commerciale, atteindre une qualité relationnelle optimale et acquérir les méthodologies à chaque étape de vente fait partie d'entraînement pratique lors de cette séquence de formation. Ainsi, chaque stagiaire s'approprie des compétences pour donner une image dynamique, tout en sachant écouter, questionner, reformuler et comprendre les besoins de ses clients, donner envie d'en savoir plus et de conclure efficacement ses ventes.

- Les principes et mode d'organisation des actions de prospection commerciale.
- La définition des objectifs de prospection commerciale et le choix des cibles prioritaires.
- La synchronisation et la planification des activités de prospection avec son manager commercial.
- La définition des scénarios du déroulement des entretiens de prospection commerciale.
- Les entraînements aux techniques qui font franchir les barrages.
- L'élaboration des fiches selon mobiles d'achat pour chacun de ses produits ou services.
- Les techniques pour détecter le bon interlocuteur et identifier ses propres mobiles d'achat.
- La définition des caractéristiques et des avantages spécifiques de son offre commerciale.
- Les méthodes de traitement des objections et d'argumentation.
- Le transfert des nouvelles compétences dans son action commerciale au sein de sa propre entreprise.

Comment passer le barrage du standard ou du secrétariat, comment diriger l'entretien et réfuter les objections, comment obtenir le rendez-vous souhaité, comment conclure la vente. Toutes ces étapes et méthodes, après cette séquence de formation, n'auront plus aucun secret pour le stagiaire. Les travaux pratiques sont réalisés à partir des ressources et supports pédagogiques mis à la disposition des stagiaires. Les travaux font appel aux pédagogies telles que : inductive, interrogative et démonstrative.

Ingénierie de formation

La fourniture d'une documentation technique complète qui constitue le support de formation et de transfert des compétences au stagiaire, fait partie intégrante de cette prestation de formation. Il s'agit d'un support pédagogique de base qui permet au stagiaire de consulter les référentiels méthodologiques des objectifs de formation traités lors de différentes séquences de cette formation. Il constitue un dispositif de référence sur la formation et les missions à accomplir par le stagiaire.

L'ingénierie de formation dédiée à la vente et action commerciale, mise à disposition du stagiaire, est validée sur la base des critères de performance intégrant la notion du retour sur investissement aussi bien pour les stagiaires que pour leur entreprise. Les supports pédagogiques ainsi constitués sont constamment mis à jour et validés par le **Comité de Veille** composé de consultants partenaires et des enseignants chercheurs.

- Ils contiennent tous les éléments techniques et méthodologiques abordés pendant la formation,
- Ils servent en tant que fil conducteur pédagogique tout au long de cette formation,
- Ils constituent des ressources méthodologiques pour appliquer les compétences acquises,
- Ils servent de référentiel et guide pour la mise en œuvre du projet professionnel.

C'est avec clarté et efficacité que ce dispositif méthodologique guidera le stagiaire dans l'acquisition de compétences en matière de prospection commerciale. Cette formation peut être suivie, sur la demande du stagiaire, par un coaching de progression qui lui permet de trouver avec son formateur, des solutions spécifiques à ses attentes professionnelles complémentaires.

Voilà pourquoi la documentation technique qui est remise au stagiaire lors de cette formation contient environ 150 pages, accompagnée d'une fourniture d'outils méthodologiques sous forme de fichiers numériques ayant pour objectif de favoriser l'auto perfectionnement du stagiaire après la formation. Il s'agit des fondements méthodologiques, issus des recherches et des pratiques formalisées par LCA Performances Ltd et font l'objet du Dépôt Légal avec l'attribution du numéro d'enregistrement ISBN.

Formation prospection commerciale

Organisation de la formation

Compte tenu du caractère intensif de la formation nécessitant une concentration soutenue et une forte implication aux entraînements de mises en situation, les conditions matérielles et organisationnelles se doivent d'être à la hauteur de l'enjeu. Alors, pour maintenir la cohésion et la dynamique du groupe, LCA Performances Ltd offre aux stagiaires les repas du midi qui sont pris en commun avec le formateur ainsi qu'un choix de sites de formation retenus offrant un meilleur environnement possible afin d'assurer une meilleure performance des stagiaires. Les sites de formation sont équipés d'ascenseurs et toilettes à accès handicapé.

L'accueil des stagiaires

Nous suggérons aux participants de se présenter sur le lieu de formation 15 minutes en avance : ils seront accueillis par leur formateur [Yves JAUCYER](#), autour d'un petit déjeuner. A cette occasion, il leur transmet un dossier contenant le livret d'accueil, le programme détaillé de formation et fait émarger la feuille de présence.

Les horaires et la durée de la formation :

La durée est de 2 jours consécutifs / 7 heures par jour soit 14 heures. La formation se déroule de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 17h30. L'horaire du dernier jour de formation peut être aménagé en fonction des horaires des trains ou d'avions des stagiaires.

Le lieu de la formation :

La formation se déroule à Paris ou à Nantes. L'information concernant le lieu de son déroulement et les conditions d'accès au site de formation est communiquée aux participants dès leur inscription effective. Les réservations de chambres et leurs prises en charge sont assurées individuellement par chaque stagiaire ainsi que les frais de déplacement. Tout en respectant son budget, le stagiaire trouvera facilement un hôtel à proximité du lieu de la formation. Le nombre des stagiaires inscrit à cette formation est limité à 6 afin que chacun puisse bénéficier d'un suivi pédagogique personnalisé. Les formations sont maintenues quel que soit le nombre de participants inscrits.

De plus, le stagiaire peut à tout moment joindre [Sylvie LEFEVRE](#), notre responsable de formation pour connaître les modalités administratives relatives à son inscription, les différentes possibilités de financement de sa formation. LCA Performances Ltd gère tous les aspects logistiques de formation en temps réel et répond à toute demande d'information formulé par le stagiaire.

Méthodes pédagogiques et évaluatives

1. Phase préparatoire de la formation

Le processus pédagogique est activé dès la phase préparatoire du stagiaire à la formation. Cette phase s'opère en ligne, de façon collaborative par le stagiaire et le formateur. Elle s'appuie sur les dossiers d'évaluation de profil socioprofessionnel du stagiaire, le diagnostic de ses capacités communicatives et l'analyse de son mode d'organisation de commercial. Cette procédure positionne le stagiaire comme acteur de sa propre formation en lui permettant :

- D'accéder aux contenus préparatoires, rassembler les ressources et préparer sa formation.
- De réaliser le diagnostic de ses potentialités en matière de la communication et d'organisation.
- De se mettre en phase avec les objectifs de formation et des contenus du programme.
- De transmettre au formateur les grilles de dépouillement des diagnostics pour le traitement.

Les diagnostics, les grilles d'analyse et les questionnaires lui sont communiqués 15 jours avant le début de la formation afin de réaliser les travaux préparatoires dans des conditions optimales. L'analyse de ces travaux permet au formateur de synchroniser le profil socioprofessionnel du stagiaire par rapport aux objectifs de formation et de personnaliser le processus pédagogique. Dans le cas où le stagiaire évolue dans un environnement professionnel complexe, un entretien à distance est effectué.

Formation prospection commerciale

2. Phase de formation présentielle et son évaluation

Le processus pédagogique est synchronisé avec son profil socioprofessionnel afin d'optimiser l'intégration des compétences nécessaires pour exercer la fonction commerciale. La phase de formation présentielle se traduit par le déploiement de pédagogies différentielles et l'évaluation des résultats des acquis à chaque séquence de la formation au travers des études de cas, présentation individuelle des travaux de synthèses, mises en situation professionnelle des stagiaires. Cette formation fait appel aux pédagogies telles que : inductive, démonstrative, interrogative et mode de projet. Ce dispositif pédagogique permet au stagiaire de :

- S'approprier de nouvelles compétences à l'aide d'une pédagogie différentielle de mises en situation réelle.
- Relier ses compétences avec les objectifs de formation dans une dynamique fonctionnelle.
- Développer une approche de la formation personnalisée d'optimisation de ses ressources.
- Formaliser ses plans d'action de progression.

La dernière séquence de la formation présentielle est spécialement réservée à la formalisation, par le stagiaire et avec l'aide du formateur, de son plan d'action de progression assorti de préconisations méthodologiques qui fera l'objet d'un suivi pédagogique et évaluatif en ligne après la formation.

Une évaluation globale, à chaud, de la session est réalisée à la fin de la formation à l'aide d'un questionnaire, qui prend en compte les acquis du stagiaire par rapport aux critères qui font référence aux objectifs et au contenu de la formation, à la qualité de l'animation, au degré d'implication des stagiaires, à l'organisation de la formation, aux bénéfices pour les stagiaires, aux actions de la mise en œuvre des acquis et à l'appréciation de la personne même du formateur.

3. Phase de suivi et d'évaluation post-formation

Elle est activée après la formation et se focalise sur les projets professionnels et les plans d'action de progrès, développés par le stagiaire avant la fin de l'étape présentielle. Ces plans d'action se traduisent par la mise en application de nouveaux acquis dans le contexte professionnel du stagiaire. Le suivi des plans d'action de progression est à la fois pédagogique et évaluatif. Le processus s'effectue de façon collaborative par des sessions de télécoaching personnalisé sur demande du stagiaire et/ou de son manager.

Cette intervention respecte le rythme de l'avancement des actions faisant l'objet du projet professionnel du stagiaire ainsi que sur les résultats d'évaluation de la mise en application des acquis. Une évaluation, sur la base d'un questionnaire, couvrant les objectifs de formation est communiquée par le formateur au stagiaire, un dossier de synthèse est réalisé par le stagiaire et expédié au formateur 3 mois après la formation. Après l'analyse de ces travaux par le formateur, un rendez-vous est fixé et finalisé par une réunion de travail en ligne avec le stagiaire et qui lui restitue l'évaluation assortie de préconisations pour progresser.

Le bilan des performances professionnelles du stagiaire s'effectue 6 mois après la session de formation pour valider la démarche du suivi intermédiaire et vérifier que le stagiaire a bien intégré le dispositif méthodologique transféré dans sa pratique professionnelle. Cette session en ligne vise également à évaluer les résultats des expériences réussies sur le plan des méthodes utilisées, les postures adoptées, les objectifs de performance atteints.

Formation prospection commerciale

Validation des acquis

L'évaluation des résultats des acquis s'effectue à chaque séquence de la formation présentielle au travers des études de cas, présentation individuelle des travaux de synthèses, mises en situation professionnelle du stagiaire. En fin de formation, une évaluation à chaud est effectuée et une attestation de présence ainsi qu'une attestation de fin de formation sont remises au stagiaire. Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation formalisée ni académique des acquis de la formation devant un jury.

Modalités d'inscription

A réception de l'inscription effectuée en ligne ou par téléphone, nous vous adressons par email, une confirmation d'inscription avec le règlement intérieur à transmettre au participant. Par courrier ou email, selon votre choix, nous adressons une convention de formation en 2 exemplaires pour une entreprise ou un contrat de formation professionnelle, si c'est une inscription à titre personnel, ainsi qu'une convocation, une plaquette de présentation du lieu de la formation et les modalités d'accès, le programme de formation indiquant le lieu et la date de la session retenue. Si votre formation fait l'objet d'une demande de prise en charge par votre OPCA, merci de nous en informer au moment de votre inscription. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande d'information complémentaire. **Date limite d'inscription** : 5 jours ouvrés et dans la mesure où il reste des places.

Prix de la formation pour 1 stagiaire

Eléments constitutifs du budget	Nombre heures	Montant global
Réalisation de la session de formation : 110,71 €/h	14	1.550, 00 €
TOTAL NET	14	1.550, 00 €

Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de la TVA, par autorisation des services fiscaux.

Formation prospection commerciale

Conditions générales

Une convention de formation est établie par l'organisme de formation LCA Performances, enregistré auprès de la DIRECCTE d'Ile de France sous le numéro : N°11753415275. SIRET 43314097700037 NAF 7022Z. Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de TVA, par autorisation des services fiscaux. Après la formation, vous recevez une facture en 2 exemplaires, une attestation de fin de formation, une attestation de présence, une feuille de présence et une copie de l'évaluation pédagogique. Evaluation pédagogique à remplir le dernier jour de la formation par le stagiaire.

En cas d'empêchement pour un participant d'assister effectivement à la session à laquelle il est inscrit, l'entreprise peut lui substituer un autre collaborateur avec l'accord de l'organisme de formation. Sauf cas de force majeure, pour toute annulation faite moins de 14 jours avant le début de la formation, LCA Performances Ltd facturera les frais d'annulation correspondant à 100% du prix de la formation. En cas d'absence ou d'abandon d'un participant en cours de formation, celle-ci sera facturée en totalité. Dans ce cas, il ne peut pas y avoir de prise en charge par l'OPCA.

Dans le cas de force majeure, l'organisme de formation se réserve le droit d'annuler la formation, au plus tard une semaine avant la date prévue. Dans cette hypothèse, le montant des droits d'inscription sera intégralement remboursé. En cas d'interruption de la formation durant son déroulement, par l'organisme de formation, celui-ci s'engage à rembourser le client, au prorata des heures non effectuées. Ce versement ne peut faire l'objet d'une demande de remboursement auprès de l'OPCA. Le règlement de la formation doit être effectué à réception de la facture, sauf dans le cas où la formation est prise en charge directement par un OPCA ou financeur public.

L'organisme de formation déclare être assuré en responsabilité civile professionnelle auprès de la compagnie MAAF sous le numéro 175641915 C 001. L'organisme de formation limite sa responsabilité résultant de l'exécution ou de l'inexécution des obligations décrites au présent contrat, à un montant égal au plafond de la garantie définie par la police en vigueur à la date de la souscription du contrat. En conséquence, le Client renonce à l'exercice de tout recours contre l'organisme de formation et son assureur au-delà de la limite des sommes assurées et s'engage à y faire renoncer son assureur dans les mêmes conditions.

Ce programme de formation est la propriété de l'Institut de formation, LCA Performances Ltd, conformément à la législation française et internationale sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle, tous les droits de reproduction sont réservés. L'affichage du contenu sans comme référence LCA Performances Ltd, la modification de ce programme de formation sur un support électronique ou sur un support papier sont interdits, sauf autorisation écrite de la société LCA Performances Ltd. Tout contrevenant à cette protection fera l'objet de poursuites. Le site web www.lca-performances.com est archivé à la BNF et déposé à la Société Des Gens de Lettres (SGDL).

CONTACT

Sylvie LEFEVRE
Tél. : 01 42 26 07 54
info@lca-performances.com