

<h2 style="color: red;">Préparer et cibler sa prospection</h2>	<p>Durée : 0,5 jour</p> <p>Prix : 265,00€</p>
<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifier sa cible (prospect / client) Préparer son argumentaire Choisir le bon canal de prospection <p>Programme:</p> <p>Analyser son marché et sa concurrence Démarquer le produit ou le service de la concurrence (Qu'apporte chaque caractéristique en termes de valeur ajoutée pour le client ? Quel « bénéficiaire client » peut-il en retirer ?) Comprendre les trois niveaux de concurrence : la concurrence directe, la concurrence indirecte, la possibilité d'acheter autre chose Mettre en valeur son offre et sa société</p> <p>Identifier et cartographier ses différents interlocuteurs chez un client / prospect Identification des 20 comptes prioritaires Etude de la concurrence en place et analyse SWOT Repérage des différents acteurs chez le client</p> <p>Utiliser les canaux de prospection Exploiter des réseaux réels et virtuels Comment les utiliser au mieux (avantage et inconvénients) ? Recommandations et parrainage</p> <p>Se préparer pour un rendez-vous Déterminer l'objectif commercial Anticiper pour mieux s'adapter au client Recueillir les informations essentielles</p>	<p>Public concerné : Tout public</p> <p>Lieu : À déterminer</p> <p>Pré-requis :</p> <p>Technique d'animation :</p> <ul style="list-style-type: none"> . Alternance de théorie et de pratique . Accompagnement . Etudes de cas . Exercices . Mises en situation . Retour d'expériences . Jeux de rôles