



ACCÉLÉRER SES VENTES

GÉNÉRER DES LEADS QUALIFIÉS ET LES TRANSFORMER EN CLIENTS

Dans un monde d'abondance, **adresser ses cibles** (du suspect à l'ambassadeur) **avec précision et personnalisation** constitue une des clés de la réussite commerciale des organisations.

Générer des leads, les qualifier pour les traiter puis les convertir sont des compétences et des savoir-faire clés dans toute organisation proposant des produits ou des services à la vente.

Cette formation vise à **perfectionner les pratiques, outils et postures** des parties prenantes des cycles marketing et vente **pour attirer et convertir de nouveaux clients**. Elle explore les possibilités du digital pour **professionnaliser, automatiser et améliorer ses façons de faire en continu**.

✓ Objectifs

Récolter et centraliser les informations clés associées à un lead entrant

Qualifier un lead pour le traiter **de la manière la plus adaptée**

Garder le contact et faire preuve de réactivité avec un lead durant tout le processus de traitement

Personnaliser la relation avec le lead en s'appuyant sur un processus établi

Répondre aux objections

Publics cibles

Ce parcours est ouvert aux **professionnels (opérationnels et managers) du marketing et de la vente** qui souhaitent diversifier, perfectionner ou optimiser leurs processus d'acquisition commerciale.



Pré-requis

> Expérience professionnelle d'au moins deux ans au service de la stratégie d'acquisition de son entreprise

> Utilisation des outils digitaux dans le cadre de son activité professionnelle

NB : chaque participant devra venir en formation avec son propre ordinateur portable



Programme

La formation insistant sur une pédagogie participative est proposée en présentiel, dure 7 heures et est déployée sur deux demi-journées consécutives (9h30 – 13h00 / 14h – 17h30)

Théorie x Cas pratiques x Modalités d'évaluation

1. Générer des leads:

- > Elaborer et optimiser sa stratégie de prospection
- > Construire un plan d'acquisition adapté pour alimenter son pipe commercial
- > Choisir les outils adaptés à sa stratégie d'acquisition
- > Automatiser son processus d'acquisition
- > S'appuyer sur du reporting pour améliorer son dispositif d'acquisition en continu

2. Qualifier un lead :

- > Appréhender les différentes natures de leads
- > Qualifier un lead pour l'intégrer dans le bon process de traitement
- > Comprendre les intentions et les motivations du lead

3. Traiter des leads :

- > Comprendre la posture d'achat (opportunités, besoins, obstacles, envies, peurs, etc.)
- > Prendre contact avec un lead
- > Apprécier et préciser le besoin client
- > Présenter son produit de manière claire et convaincante
- > Re-centrer son processus de vente sur la valeur de son produit ou service

4. Transformer des leads en clients :

- > Répondre aux objections
- > Mener une négociation
- > Closer un deal

5. Transformer des clients en ambassadeurs :

- > Générer de l'upsell
- > Elaborer un programme ambassadeurs
- > Engager une communauté de clients

Compétences ciblées

- > Concevoir et déployer un processus de gestion des leads entrants
- > Qualifier un lead entrant pour adopter le bon processus de traitement
- > Convertir un lead en chiffre d'affaires
- > Convaincre et négocier dans le cadre d'un échange avec un prospect



Moyens pédagogiques

Chaque participant reçoit, en amont de la formation, **un questionnaire de positionnement**, dont les résultats sont communiqués au formateur pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation.

La formation repose sur une **approche pédagogique par le faire**, alternant séquences de transmission par le formateur et exercices encadrés de mise en application des compétences, pratiques et postures par les participants.

Chaque séquence pédagogique prévoit la **mise à disposition d'outils et de guides** permettant aux stagiaires de se projeter dans la remobilisation des acquis en situation de travail.

Des **mécaniques de co-développement** sont mobilisées pour renforcer l'**appropriation des compétences** par les pairs et favoriser l'apprentissage entre pairs.



Formateur

> La formation est assurée par un formateur expert en vente, disposant d'une :

- Expérience professionnelle significative sur la thématique
- Expérience significative en termes d'animation de formation

Un CV du formateur est disponible, sur demande.



Modalités d'évaluation

> Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.

Le dispositif d'évaluation est composé de :

- Exercices de mises en situation en session, encadrés par le formateur, pour pratiquer les postures et outils
- Un questionnaire proposé en fin de session pour s'assurer de la bonne rétention des messages principaux de la formation

Une **attestation de réalisation** est remise à chaque participant à l'issue de la formation. Une **attestation de réussite** est remise aux participants satisfaisant **les critères de réussite de la formation**.



Prix et modalités d'accès

La formation est commercialisée en inter-entreprise et en intra-entreprise pour des groupes de 6 à 12 personnes.

Prix HT : à partir de 890€