





Programme de la formation

Formation "Mettre en place des actions de prospection commerciales et digitales BtoB"

-  Mixte sur site et à distance
-  14 heures sur 2 jour(s)
-  Salarié en poste, Indépendant et dirigeant · De 1 à 6 participants
-  Sur devis

Description courte

Mettre en place des actions de prospection commerciales et digitales BtoB (emailing, prospection téléphonique et physique, linkedIn, CRM, suivi d'indicateurs...)

Profil des participants

Dirigeant.e, indépendant.e, commerciaux

Prérequis

aucun

Objectifs

Apprendre à mettre en place des actions de prospection commerciales et digitales pour son développement et sa visibilité dans le cadre d'une clientèle BtoB.

Aptitudes et compétences visées / attestées

- Définir sa cible prospect BtoB,
- Travailler l'argumentaire de l'offre ou l'approfondir,
- Créer un emailing grâce à un CRM,
- Préparer sa prospection sur LinkedIn,
- Réaliser de la prospection téléphonique,
- Faire de la prospection "terrain".

Contenu

- Définir le persona (cible prospect),
- Travailler l'argumentaire de l'offre ou l'approfondir.
- **Emailing** :
- Mettre en place le CRM Hubspot et paramétrage,
- Co-création d'un emailing de prospection avec la charte graphique,
- Voir la méthodologie pour constituer un fichier prospects BtoB,

- Lancer une campagne d'emailing de prospection sur le fichier prospects créés,
- Voir comment suivre les indicateurs de la campagne d'emailing.

- **Prospection LinkedIn:**
 - Diagnostic et optimisation du profil et de la page entreprise,
 - Recherche de contacts prospects en lien avec le persona,
 - Demande de contacts prospects avec message personnalisé, création du message.

- **Prospection téléphonique:**
 - Co-construction d'un script d'appel,
 - Travailler l'argumentaire et la réponse aux objections ensemble,
 - Voir comment suivre ses actions et ses rappels avec le CRM.

- **Prospection « terrain »:**
 - Co-construction d'un pitch de présentation,
 - Voir la méthodologie d'approche de prise de contacts,
 - Voir comment suivre ses actions de prospection et assurer un suivi.

Pédagogie et organisation

- Méthodes pédagogiques : exercices, cas pratiques.
- Matériel pédagogique : téléphone portable, ordinateur portable.

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

Questionnaire de positionnement en amont

Test d'évaluation des acquis à l'issue de la formation

Mode de validation

Attestation de formation

Financements possibles

Prise en charge possible via un OPCO ou FAF

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : (*mise en place de compensation...*)

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Intervenant

Françoise Brossault, 28 ans d'expérience commerciale dans la prestation de services en BtoB, ainsi que 3 ans d'expérience en webmarketing, e-commerce/e-business.

Diplômes : Bac + 2 Action commerciale et certification professionnelle niveau 6 de Cheffe de projet e-commerce.

Depuis décembre 2021 : Fondatrice et dirigeante de Développe t@ boîte. Accompagnement des entreprises en développement commercial et communication digitale.

Formation au webmarketing, réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instragam) et techniques commerciales BtoB.

Évaluations

3 inscriptions depuis le 13/05/2024

Taux d'acquisition des compétences :  **93 %** (3 évaluations)

Satisfaction des apprenants :  **5/5** (3 évaluations)