

# PROSPECTER, AQUERIR ET FIDELISER LES CLIENTS

Course number : 188

## Overview

Que ce soit pour développer ses activités, imposer de nouveaux produits sur le marché ou encore compenser les fluctuations de sa clientèle, l'entreprise se retrouve un jour devant la nécessité d'acquérir de nouveaux clients.

Elle entre alors en phase de prospection mais pour cela, il importe tout d'abord de bien identifier les clients visés et leurs attentes. Il faudra ensuite attirer l'attention de ces clients potentiels et générer sans cesse de nouveaux contacts

Nous offrons donc à travers ces cours des astuces et techniques appropriés a l'identification des prospects, leurs reconversion en clients et leur meilleurs suivis.

## What you'll learn

- Prospecter avec efficacité
- Acquérir les clients
- Maîtriser les techniques de questionnement, d'argumentation, de réponse aux objections
- Maitriser les techniques de conclusion de vente
- Fidéliser les clients
- Augmenter le taux de satisfaction de la clientèle
- Prévenir et Gérer l'agressivité de son interlocuteur
- Maitriser sa propre émotivité
- Connaitre les clés pour passer d'une étape a une autre
- Maitriser son plan de vente
- Créer un climat de confiance immédiat, propice à la vente....

## Who should attend

À tous les Commerciaux, Aspirants au métier de commercial, les Branches Managers, les Chargés de comptes, les Responsables en charge des forces de ventes ...

## Pre-requis

## Outline

### [Introduction](#)

Lorsqu'on a participé à ce type de formation, on est des outils pour :

- Optimiser les techniques de Prospections
- Apprendre ou Réviser les techniques de ventes B2B et B2C
- Acquérir les techniques et méthodes de fidélisations.

### **Elargissez votre clientèle en gagnant de nouveaux clients. (Prospection)**

Une des voies du développement des ventes passe par l'augmentation de sa base de clients. La fidélisation ne suffit pas, vous perdrez naturellement des clients : certains changent d'activité, d'autres présentent de nouvelles attentes que vous ne pourrez pas forcément satisfaire, etc. Il convient d'adopter une posture de conquérant et partir à la recherche de nouveaux clients, de nouveaux marchés. Pour cela, votre portefeuille doit contenir suffisamment de prospects et suspects (comptes possiblement potentiels pas encore qualifiés) pour alimenter vos commerciaux.

### **Savoir prospecter**

Mais trouver de nouveaux clients requiert un minimum de savoir-faire en termes de recherche, de qualification, de prise de rendez-vous (avec le fameux "barrage de la secrétaire à passer"), de prise de contact et de techniques de vente. Et puis des commerciaux possédant un certain esprit "chasseur", pour transformer des cibles potentielles en clients réguliers. Prospection par téléphone ou par entretien direct, les techniques diffèrent même si en final la base est la même :

- écouter les besoins et attentes de son interlocuteur
- comprendre les besoins et attentes de son interlocuteur.

Vous découvrirez dans cette section des documents pertinents qui vous apporteront des idées et conseils pour vous aider à développer vos ventes.

### **Méthodes et Outils de la conquête de clientèle (Conquérir)??**

Afin d'attirer et de conquérir de nouveaux clients, les entreprises disposent d'outils tel que l'analyse concurrentielle et la veille.

Ces deux méthodes permettent de mieux connaître les attentes des clients potentiels et ainsi savoir comment développer son offre pour être plus attractif sur le marché.

L'analyse concurrentielle est une étude des positions et des rapports entretenus par l'entreprise avec chacun de ses interlocuteurs : clients, prospects, fournisseurs et prestataires, concurrents.

Cette analyse réalisée, les entreprises pourront déterminer la stratégie de développement relative à :

- Son positionnement par rapport à la concurrence ;
- Le développement de la demande des non-consommateurs) ;
- La segmentation de son offre ;
- Sa stratégie d'extension de marché, de conquête... ;
- Aux éléments moteurs de son action commerciale.

Par ailleurs, deux types de veille peuvent aider l'entreprise à se positionner pour conquérir de nouveaux marchés :

- La veille concurrentielle centrée sur l'identification de ses concurrents d'aujourd'hui et de demain ;

La veille clients centrée sur les informations à chercher pour anticiper la demande des clients et les différentes approches possibles. L'enquête et écoute client constituent également une partie hautement stratégique de la veille clients.

### [Pourquoi et comment fidéliser ses clients ? \(fidéliser\)](#)

Satisfaire un client ne suffit pas à garantir sa fidélité. En effet, celle-ci résulte de la satisfaction (du produit, des services) et de l'image intentionnelle (publicité et communication) ou non (bouche à oreille, etc.) de l'entreprise.

Il est de coutume de dire que :

Un client mécontent en parle à dix personnes alors qu'un client satisfait à trois ;  
Conserver un client coûte cinq à dix fois moins cher que d'en acquérir un nouveau.

La fidélisation constitue alors un enjeu essentiel pour l'entreprise

### [Méthodes et Outils de la fidélisation :](#)

Il existe un ensemble de techniques visant à rendre un client fidèle à un produit, un service, une entreprise.

Les études de besoin (ou études marketing) permettent à l'entreprise de concevoir un produit ou un service le plus adapté à la demande.

Afin d'évaluer la satisfaction, l'entreprise utilisera les enquêtes de satisfaction. Elle pourra alors mesurer la cohérence entre son produit, son service et les attentes de ses clients. Cet outil lui offre ainsi l'opportunité de recentrer et de développer son offre.

Enfin pour répondre aux mieux aux mécontentements et éviter de décevoir un client, l'entreprise assurera le suivi et le traitement des réclamations écrites ou orales.

Par ailleurs, il est important de rappeler que la réussite de la fidélisation repose sur une implication de tous, sur une authentique volonté de qualité de service irréprochable portée par la Direction

### **MODALITÉ PÉDAGOGIQUE:**

Stimulation de vente avant, courant et au thème de la formation. Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement, Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises.

### **NOMBRE DE STAGIAIRE ADMIS:**

20 - 50

### **Schedule**

**Location Dates Status**

### **Tuition**

**IN CLASSROOM OR ONLINE PRIVATE TEAM TRAINING**

**STANDARD \$2990**

[Contact Us »](#)

**GOVERNMENT \$2990**

**FAQ**

**Certification**