



PROSPECTION COMMERCIALE DE PROXIMITE

Pour les directeurs, équipes commerciale, équipes de réception

Prérequis obligatoire :

- Avoir déjà réalisé des actions commerciales
- Maîtrise de la langue française

Matériels ou équipements nécessaires :

- Ordinateur portable ou Smartphone
- Stylo, carnet
- Wifi (si à distance ou en intra)

FORMACODE : 34554

Objectifs pédagogiques :

- Optimiser le fichier « clients » et le fichier « prospects »
- Savoir organiser et mettre en œuvre le suivi des actions commerciales

Méthodes pédagogiques :

- Présentation par vidéo projection
- Alternance d'exposés théoriques et d'exercices pratiques
- Rédaction d'une note de synthèse permettant de dresser une feuille de route commerciale

Modalités d'évaluation :

- En début de formation : Test de niveau sous forme de QCM
- En cours de formation : Exercices en situation
- En fin de formation : Test d'évaluation sous forme de QCM

PROGRAMME DE FORMATION

La gestion des fichiers commerciaux

- Rappel : création de fichiers et environnement juridique (Loi Informatique et Liberté ; CNIL)
- Identification des différents types de fichier : clients et prospects
- Les fichiers commerciaux : prévenir, fidéliser et conquérir
- Utiliser le Digital pour récupérer des Leads qualifiés
- L'achat et l'acquisition de fichiers de prospection pour e-mailing. La législation BtoB et BtoC, l'Opt-in et l'Opt-out

La gestion des fichiers au quotidien

- Le management au service du marketing : sensibiliser les équipes à la collecte et au traitement des informations dans le respect des procédures.
- La déclinaison sur les plannings mensuels et hebdomadaires

Construire ses outils commerciaux

- Les lettres types
- Les supports de ventes et de visibilité
- La gestion des fichiers clients
- Le Publipostage

Le plan d'actions commerciales

- Rappel : présentation méthodologique du contenu d'un plan d'actions commerciales (cibles, produits, actions, outils, budgets, calendrier)
- La planification des actions : la gestion du « rétro planning »
- Les critères de performance
- Mettre les réseaux sociaux et le web au cœur de la stratégie de proximité

PROGRAMME DE FORMATION

Prospection : préparation, action et suivi

- La phase de préparation : élaborer un argumentaire commercial
 - L'accroche, la présentation synthétique de l'hôtel
- L'entretien téléphonique, la prise de rendez-vous :
 - Les clefs de la communication téléphonique
 - Passer les barrages, répondre aux objections, conclure positivement
- La prospection physique :
 - La prise de contact : les comportements appropriés
 - L'écoute active et le questionnement
 - L'argumentaire orienté
 - La collecte d'informations
- La prospection par e-mailing :
 - Rythme et lisibilité du message
 - Résultats attendus
- L'animation des réseaux sociaux
 - Planning rédactionnel et contenu
- L'organisation d'un suivi rigoureux :
 - Qualifier en permanence les données recueillies
 - La définition du suivi à mettre en place
 - Intégrer le suivi dans l'organisation opérationnelle

MODALITES D'INSCRIPTION

- * Nous vous conseillons d'être dans un endroit calme, qui vous permettra de suivre dans les meilleures conditions votre formation

Formations INTRA à distance ou en présentiel

De 2 à 12 participants
3 jours (21h) de formation
A partir de 1200 € HT/ jour

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.

CONTACTEZ-NOUS

academy@theoriginalshotels.com
+33 (0)1 44 84 44 07

NOS RÉSEAUX SOCIAUX



#APPRENEZORIGINAL