

Formation

PROSPECTER A L'INTERNATIONAL

PROGRAMME

"RÉUSSIR, C'EST ALLER D'ÉCHECS EN ÉCHECS
SANS PERDRE SON ENTHOUSIASME."
WINSTON CHURCHIL



OBJECTIFS :

- Comprendre la méthodologie de prospection à l'international
- Les clés pour réussir sa prospection
- Techniques et outils
- Savoir-être : développer ses qualités

STRATEGIE D'INTERNATIONALISATION

Etablir sa stratégie d'internationalisation avec différents scénarios afin de déterminer une ligne directrice

- S'internationaliser : définir les raisons
- Pourquoi se lancer à l'international ?
- Les principaux échecs
- Comprendre l'environnement mondial aujourd'hui et les enjeux
- Comprendre son environnement concurrentiel
- Maîtriser son marché, les acteurs
- Définir son business models
- Quels moyen humains et financiers pour se lancer ?
- Aides et solutions en France de soutien

SE PREPARER A PROSPECTER

Bien se préparer pour bien prospecter c'est avant tout un gage de temps et par conséquent d'argent

- Les questions à se poser pour la priorisation
- Etablir un budget prévisionnel
- Etat des lieux des éléments marketing : traduction site internet, présentation
- Définir la liste des critères de sélection
- Cibler sa prospection
- Quels moyens pour prospecter ?
 - Internet/réseaux sociaux
 - Mission Business France
 - Consultants/agents/cabinets spécialisés
 - Salon international
- Préparation son discours commercial et avantages concurrentiels
- Définir conditions commerciales
- **"L'art d'enjoliver" quand on évolue dans un environnement très concurrentiel**
- Contrôle des freins d'accès au marché
- Contrôle réglementaire à l'importation
- contrôle des restrictions (DLUO, contraintes packagings, etc.)

PROSPECTER

Avoir les outils et les bonnes pratiques pour bien prospecter.

- Les outils de communication dans la prospection : visite terrain, visio-conférence, email, téléphone, messageries instantanées, etc.
- Adapter le ton/formules de politesse et introduction selon les différences culturelles
- Le choix de communication adapté à la culture
- Les relances
- L'importance du tableau de suivi
- Réactivité
- Savoir prioriser les tâches pour une prospection efficace
- Avoir un plan A, B, C voire D
- La prospection : les montagnes russes. Gérer les ascenseurs émotionnels
- Savoir décliner/savoir tenir en suspens en prospect
- Etablir des bilans pour communiquer en interne
- Ajuster la stratégie au fur et à mesure de la prospection

SAVOIR-ETRE

Les qualités essentielles pour bien prospecter sont abordés afin de permettre à chaque individu de mieux se connaître et d'avoir des pistes concrètes d'amélioration

- Prendre conscience des appréhensions du commercial : rejet, confiance en soi, peur de l'inconnu, peur de déranger, pression pour l'atteinte des objectifs
- Avoir une attitude positive : cultiver l'optimisme
- Cultiver la persévérance
- Gestion des émotions
- Gestion du stress et de l'anxiété



PRE-REQUIS ET EVALUATION :

Savoir présenter son entreprise
Evaluation en fin de formation des participants pour évaluer le niveau et acquis des participants.

PARTICIPANTS :

Responsables commerciaux
Ayant engagé depuis peu ou souhaitant démarrer une démarché de prospection



3 jours



A définir



Présentiel
ou distanciel