

La prospection, bien qu'étant une mission à part entière du conseiller en transaction, apparaît parfois comme la partie ingrate du métier. Il est vrai qu'elle peut sembler fastidieuse dans la mesure où elle demande beaucoup d'efforts.

Le renouvellement constant du stock mandats est pourtant indispensable à l'activité de l'agence. Dès lors qu'elle est organisée et planifiée de façon objective et rigoureuse, dès lors qu'elle s'appuie sur des outils pratiques, la prospection devient nettement plus facile... et même beaucoup plus agréable, presque un jeu. De la maîtrise de ce « jeu » dépendent les résultats mois après mois.

Dans cette perspective, le cabinet Argonavis a bâti un programme spécifique de formation afin que les conseillers en transaction soient pleinement mobilisés sur une prospection gagnante :

Nouvelle technique de Prospection *Les outils de l'efficacité*

Objectif :

Savoir adopter une technique de prospection simple, organisée et efficace

Public visé :

- Conseillers en transaction
- Directeurs d'agences

Lieu :

En agence

Durée :

1 journée (de 9h à 18h)

Coût de la journée :

890 euros hors taxes et hors frais

Le groupe (jusqu'à 12 personnes) peut être constitué par plusieurs agences.

OPCA : Agefos, DIF...

Contact :

Pascal PIRON

06 48 19 59 67

contact@argonavis.fr

Cette formation est particulièrement indiquée si l'on est confronté aux difficultés suivantes :

- Organiser efficacement sa prospection terrain,
- Obtenir trop peu de résultats suite aux actions de prospection,
- Redouter le *tape-tape* ou la *pige* téléphonique,
- Se heurter au refus systématique des prospects,
- Savoir où et quand mener sa prospection,
- Concurrence de plus en plus vive (confrères et PAP),
- Détenir des outils simples de prospection pour piloter son équipe Transaction...

Contenu pédagogique :

- I - Introduction : Distinguer la prospection aléatoire de la prospection ciblée.
- II - Les 5 outils indispensables pour une prospection efficace : *Agenda, carnet d'information, classeur secteur, Observatoire de la demande et mandat de recherche.*
- III - Organisation de la prospection et planification : 60% ciblée et 40% aléatoire pour savoir à la fois répondre et anticiper la demande.
- IV - Maîtriser une prospection créative : Partenariats d'entreprises, communication, événements d'agences...

Engagements :

A l'issue de la formation, chaque participant sera en mesure de :

- Organiser sa prospection avec une visibilité sur plusieurs semaines,
- Optimiser les résultats en volume de contacts, en rentrées de mandats et en notoriété,
- Ne plus considérer la prospection terrain comme une *corvée*,
- Piloter l'équipe sur des outils simples et efficaces de prospection.