

Réussir sa prospection téléphonique

Les entreprises perdent en moyenne 50% de leurs clients en cinq ans. Ainsi il est primordial pour leur pérennité d'aller à la conquête de nouveaux clients. Pour autant pour un grand nombre d'acteurs commerciaux, la prospection téléphonique est perçue comme une « corvée » avec peu de résultats. Appeler un décideur qui n'attend pas votre appel, pour décrocher un rendez-vous demande de réunir des savoir-faire particuliers. Grâce à cette formation intensive en prospection téléphonique, vous maîtriserez toutes les étapes d'une prospection réussie et vous augmenterez de façon considérable le nombre de rendez-vous qualifiés.



Durée

1 JOURS (7 h)
en présentiel



Public visé

Commercial, assistant commercial, technico-commercial, téléconseiller, toute personne en charge de la vente par téléphone.



Modalités d'accès & accessibilité

Délai d'accès : inscription minimum 48 h avant la date de formation inter-entreprise

Accessibles à tous, y compris aux personnes en situation de handicap (voir page 11)



Niveau requis

Aucun



Méthode pédagogique

- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels
- Apport théorique, exercices guidés et ateliers permettant d'intégrer un contenu riche
- Mises en situations individuelles sur le cas réel des participant
- L'apprentissage s'effectue dans un cadre ludique (Salle en lumière du jour spacieuse dans un espace propice à des formations réussies - WiFi - Ecran HD tactile - Présentations PowerPoint) les participants fournissent un investissement personnel important



Objectifs

- Élaborer les outils permettant de maîtriser votre plan de prospection
- Savoir élaborer un scénario d'appel adapté à la cible dans le but de prendre un rendez-vous
- Adopter les bonnes postures au téléphone
- Savoir gérer les informations commerciales
- Savoir organiser sa relance téléphonique
- Savoir argumenter et répondre aux objections



Programme

Les attitudes au téléphone

- La voix,
- Le vocabulaire,
- L'écoute,
- Les postures (ton, attitude, rythme...).

Organiser sa prospection

- La qualité de la cible de prospection : le fichier prospects, comment qualifier,
- Le CRM, utiliser les données de l'entreprise,
- Mettre en place le suivi de la prospection,
- Organiser son temps d'appel et de RDV externes/la semaine type ou le mois type du commercial.

Les étapes d'une prise de RDV par téléphone : scénario d'appel

- Se présenter
- Passer les barrages (standard/assistante),
- Susciter l'attention,
- Travailler l'accroche,
- Présenter l'objet de l'appel,
- Rassurer,
- Demander l'autorisation,
- Poser quelques questions de découverte, adaptées à la cible (B to B, B to C),
- Fixer le RDV en proposant deux choix,
- Recueillir les N° de portable, les adresses mails,
- Traiter les objections fréquentes,
- Prendre congé

Tracer son appel

- L'importance de la prise de note



(participation, sortie de zone de confort) avec plaisir

- Cas pratiques et jeux de rôle reprenant des situations réelles du milieu professionnel
- Nombreux échanges avec le participant et apports du formateur

Session de 1 à 8 participants

- L'alimentation du CRM/outil client
- Le suivi des contacts
- La transmission des informations

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables et entraînement intensif à la gestion des situations difficiles
- Nos formateurs sont des spécialistes reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence et attestation loi ALUR
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

