

# Réussir sa prospection téléphonique

« Comment conquérir de nouveaux clients. »

## Objectifs

- Organiser sa prospection téléphonique
- Supprimer l'appréhension de la prospection téléphonique
- Acquérir un discours accrocheur
- Savoir s'adapter à son interlocuteur

## Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Durée :

2 jours - 14 heures

### Formats :

Présentiel ou distanciel

### Effectif minimum :

2 personnes

### Types :

Inter ou intra entreprises

### Pré-requis :

Profil commercial

### Public concerné :

- Commerciaux et toute personne en charge de la commercialisation
- Réceptionnistes
- Directeurs de site

### Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices de mise en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



## UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

### AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

### PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

### APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

### TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

## Programme

### Préparation de la démarche prospective

Connaitre et définir son offre commerciale  
Définir les cibles à prospector  
Connaitre son environnement  
Se constituer un fichier clients/prospects de qualité

### Optimiser son environnement de travail

Planifier son temps de travail pleinement consacré à la prospection  
Créer un environnement propice à la concentration  
Gérer son stress et ses émotions  
Les 10 règles d'or du télémarketing  
Définir un argumentaire téléphonique personnalisé

### Les techniques de prospection téléphonique

Prise de contact  
Passer le barrage de l'accueil  
Découverte des besoins  
Argumentation et réponse aux objections  
Conclusion et prise de congé

### Le suivi des prospects dans le temps

Planification et mise en place du suivi dans l'organisation opérationnelle  
La fidélisation des prospects  
Les autres outils pour suivre ses prospects

### Mise en application et entraînement

Finalisation de l'argumentaire téléphonique pour chaque participant  
S'entraîner pour progresser  
S'écouter pour se corriger

## Méthodologie

La formation est bâtie autour de concepts réellement utiles dans le travail des collaborateurs au quotidien et privilégie la mise en situation pour que chaque stagiaire puisse valider les techniques énoncées.