

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.

Programme

HO

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.

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.