

PROSPECTER ET VENDRE PAR TÉLÉPHONE

2 jours en présentiel (14 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation permet d'identifier les bonnes pratiques de prospection. Déterminer les éléments pour capter l'attention d'un interlocuteur qui n'attend pas votre appel. Définir les techniques de vente adaptées aux spécificités de l'outil téléphone

Population visée

Commerciaux et assistants commerciaux.

Pré-requis

Aucun prérequis n'est nécessaire pour cette formation.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours (papier) est remis à la fin du stage. La formation est constituée d'explications théoriques, de démonstrations suivies d'exercices de mise en pratique.

Formateur

Consultant formateur, expert en management commercial et gestion de projet.

Modalités de validation des acquis

Évaluation des acquis via un questionnaire.
Attestation de fin de stage.

Contenu

Préparer sa prospection téléphonique

- Connaître son entreprise, connaître son marché
- Déterminer ses cibles par potentiel, secteur géographique
- Avoir un objectif d'appel, les techniques d'accroche au téléphone
- Les outils et documents d'aide à prévoir
- Exercice : construire ses phrases d'accroche au téléphone.

Le premier contact au téléphone

- Identifier le décideur
- Les premiers mots qui facilitent la relation
- Comprendre ce qui anime un client à acheter, ses motivations, ses réticences au téléphone
- Répondre aux premières objections
- Exercice : jeux de rôle sur les premiers instants au téléphone

Structurer un entretien téléphonique

- Déceler le besoin méconnu du prospect. Les informations utiles à collecter
- Construire un argumentaire adapté au client
- Repérer les signaux d'achat
- Les phases d'une prise de rendez-vous efficace.
- Les techniques de traitement d'objections.
- S'affirmer dans l'entretien
- Exercice : jeux de rôle sur les techniques de questionnement d'argumentation et de traitement d'objections

Organiser le suivi de la prospection.

- Comment répartir la préparation, la prospection ?
- Quel temps consacrer au suivi ?
- Avoir un argumentaire de relance
- Gérer les fiches de compte-rendu prospect.
- Avoir des tableaux de bord d'analyse
- S'auto-analyser pour définir ses propres axes de progrès
- Exercice : construire un argumentaire de relance et ses documents d'analyse des résultats