

Commercial - maîtriser la prospection téléphonique et les techniques commerciales

PUBLIC



Commercial sédentaire et toute personne ayant en charge une démarche de prospection téléphonique. Accessible aux personnes en situation de handicap.

PRÉREQUIS

Bonne connaissance des cibles de prospection (segmentation, organisation, critère de décision, objections potentielles), du marché cible.

OBJECTIFS



Maîtriser les techniques d'approche téléphonique vis-à-vis du client ou du prospect.

APTITUDES

Sens de la planification.
Capacité à établir des priorités.
Facilité à s'exprimer et à se faire comprendre du public.
Aisance à communiquer verbalement et par écrit.

COMPÉTENCES VISÉES

Optimiser la présentation de l'offre au regard des besoins.
Savoir convaincre son interlocuteur, lever les objections.
Découvrir des techniques de négociation.
Savoir conserver le contact et favoriser la commande.

MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance.
Ateliers de mise en pratique. Ateliers réflexifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation de l'acquisition des connaissances au travers des exercices pratiques. QCM d'évaluation en fin de formation.

DURÉE



Durée : 1 jour | Délai d'accès : sur demande

TARIF

A partir de **350** euros par personne / jour

MODALITÉS

Présentiel/ à distance/ mixte

PROGRAMME

Redécouvrir la démarche de prospection téléphonique

- Pourquoi prospecter ? Les freins à la prospection
- Définition d'un prospect -Les questions que se pose le prospect
- Gestion du temps et des priorités
- Préparer son entretien : cibler et définir l'objectif
- Se préparer

Réussir le contact avec son interlocuteur : Les fondamentaux d'un entretien au téléphone avec un prospect

- Les 5 étapes clés d'un entretien commercial
- Créer la relation au téléphone
- Communiquer en chassant ses « parasites »
- Maîtriser son langage verbal et non verbal

Réussir la découverte des besoins en prospection

- Pratiquer l'écoute active, investigation, la reformulation
- Motivations SENCAS
- Besoins virtuels
- Besoins formels

Savoir développer un argumentaire approprié à l'interlocuteur et lever les objections

- Définir l'argumentaire selon l'interlocuteur, ses besoins et ses objectifs visés
- Convaincre ? / Persuader ?
- Présenter son offre selon le modèle AIDA
- Comportement face à une objection/ Gestion des 5 impasses

Conclure, pérenniser la relation, fidéliser le Client

- Savoir conclure un entretien qui n'aboutit pas
- La prise de congés « gagnant gagnant »

Suivi et faire vivre ses actions de prospection

- Définir le plan d'actions de suivi - outils de pilotage
- Reporting à ceux qui prennent le relais
- Savoir remercier le prospect
- Savoir conserver le contact : relance, suivi des contacts initiés