

La Prospection Téléphonique efficace BtoB/BtoC



 2 jours (14heures)

 Collectif en salle

 Training en situations

Prix sur
demande

 **Prérequis**
aucun

 **Le public**
Toute personne chargée de réaliser une
prospection téléphonique.

Activités digitales
d'émulation ou validation

L'objectif de la formation

Être capable de

- Comprendre les enjeux et la puissance de la prospection téléphonique
- Préparer et organiser efficacement
- Structurer son appel
- Argumenter la proposition de rendez-vous
- Connaître les règles de communication qui facilitent la prospection
- Passer les barrages de l'assistante, traiter les objections du décideur

Le profil de l'intervenant

Consultant d'expérience spécialiste des problématiques relatives à la négociation commerciale.

Intervenant pour de nombreuses entreprises grands groupes et PME PMI.

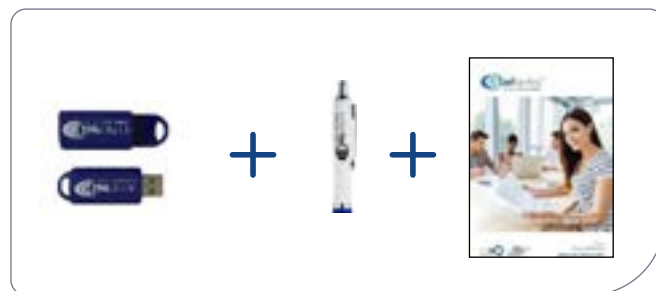
La pédagogie utilisée

Apports théoriques & méthodologiques de l'intervenant
Pédagogie participative, fondée des études de cas.
Déroulement complet d'une action de l'entreprise
Simulation d'entretien téléphonique enregistrée et analysée

Les outils pédagogiques

Vidéo projection,
Téléphones en circuit fermé, système d'enregistrement
Caméra, Vidéo

Remis à chaque apprenant



Validation des acquis

Quizz de validation des acquis des connaissances méthodologiques et théoriques

Grille d'observation et de validation des réflexes en situations
(simulations analysées)

Évaluation de la formation

Évaluation à chaud (questionnaire de fin de stage)

Programme pédagogique

Entrée en matière

La prospection : Rôle et enjeux
Statistiques, ratios clés
Les indicateurs d'efficacité

Organiser son activité de prospection téléphonique

La préparation mentale : penser positif
La question de la motivation
La définition de sa cible : gestion d'un fichier prospect
Le suivi des appels et des relances
Les horaires « efficaces »
Le tableau de bord personnel / outils à disposition

Structurer son appel

Le support d'entretien
L'accroche par la méthode AIDA
L'adéquation des arguments avec les motivations d'achat type des clients
La qualification et la proposition de rendez-vous
Conclure et prendre congé
Training analysé

Utiliser les techniques de communication pour mieux influencer au téléphone

Les bases de la prospection téléphonique : attitudes, voix, écoute
L'importance du verbal et du para verbal
Les bonnes pratiques et les erreurs à éviter
Repérer les signaux positifs et négatifs
Le barrage de la secrétaire
Training enregistré et analysé

Traiter les objections du décideur

Les méthodes et les mots : les fondamentaux
Les typologies des objections récurrentes et ses réponses possibles
Se préparer aux différentes objections pour y répondre de manière structurée et habile
Construire une grille de réponse
Le traitement du non
Exercice de construction de la grille de traitement des objections

Conclusions

Évaluation à chaud
Derniers conseils pour garder la dynamique de progrès