

Prospecter et vendre par téléphone Pour une téléprospection performante

Objectifs :

- Maîtriser l'outil téléphone afin d'en faire un instrument régulier et performant de communication commerciale.
- Maîtriser des outils pour prendre des RDV, conseiller et vendre par téléphone.

Participants :

Vendeurs, technico commerciaux, commerciaux sédentaires, télémarketeurs, télévendeurs et toute personne utilisant le téléphone pour prendre des RDV et vendre
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Nous contacter pour toute demande d'adaptation.

Méthode pédagogique :

Formation en présentiel avec un formateur.

Notre formateur, ancien Responsable Commercial, office depuis 2 ans sur des thématiques commerciales auprès de tous les publics.

Cette formation s'appuie sur l'expérience professionnelle des participants. Les apports théoriques seront illustrés par l'analyse de cas rencontrés.

- Travail en sous-groupe.
- Analyse de cas d'entreprise.
- Apports méthodologiques.

Evaluation :

Les acquis seront évalués par un QCM en fin de formation.

Durée :

2 jours, soit 14 heures.

Délais d'accès : de 7 jours à 3 mois selon le mode de financement

Les plus formation

Appels simulés avec écoute, analyse et correction des entretiens, élaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.

Programme :

1. Les enjeux du téléphone dans la fonction commerciale

- développer une proximité positive avec les clients et prospects
- transmettre une image professionnelle de son entreprise, de son service
- prospecter, prendre des rendez-vous, conseiller, vendre, relancer, fidéliser
- gérer et solutionner les situations difficiles et les litiges
- être une interface efficace entre les différents services de son entreprise, les commerciaux et les clients
- transmettre et capitaliser les informations

2. Maîtriser les techniques de la communication téléphonique

- les outils essentiels du téléphone : la voix, les mots, le sourire
- les états intérieurs à développer
- les techniques de base : la reformulation, le questionnement, l'écoute active, la force du silence

3. Préparer une communication téléphonique

- connaître le plan d'action commerciale de son entreprise
- organiser les fichiers
- établir le guide d'entretien
- connaître l'historique avec le client, le contexte
- déterminer son objectif et adapter son message
- présenter la solution ou proposition

4. Structurer l'entretien téléphonique

- les 4C : Contact/Connaître/ Convaincre/Conclure
- être percutant dès le début de l'entretien
- travailler sa phrase d'accroche
- conclure au moment opportun
- gérer le timing de l'appel
- rédiger la fiche contact

5. Contourner les objections

- passer le 1er barrage pour obtenir le « bon » interlocuteur
- obtenir le RDV
- traiter les objections de départ / de principe
- traiter les objections de fond

6. Les spécificités de la prospection et de la prise de rendez-vous par téléphone

- préparer la prospection : qualifier le prospect (entreprise, décideur, assistante)
- déterminer contexte et objectif
- rédiger la phrase d'accroche.
- présenter sa proposition.
- évaluer les barrages, les objections et construire son argumentation
- préparer les outils

7. Structurer un entretien de prise de RDV :

- franchir les différents barrages.
- développer un premier contact positif.
- utiliser les phrases d'accroche percutantes.
- écouter activement.
- présenter une proposition claire et précise pour se différencier de la concurrence.

8. Adapter son argumentaire,

- traiter les objections.
- formuler la proposition de RDV
- percevoir les réactions, les freins, les signaux d'achats
- conclure positivement, reformuler et confirmer le RDV,
- déterminer une date précise de relance et la respecter
- relancer un prospect
- personnaliser le contexte
- rappeler le cadre
- être persévérant sans lourdeur

9. Organiser le suivi et intégrer la prospection téléphonique dans le processus commercial

- enrichir la base commerciale
- programmer les relances
- établir les tableaux de bord