Prospecter par téléphone
« La téléprospection efficace pour débutants »

2 jours
14 heures

Objectif professionnel : cette formation développe l'aptitude des participants à faire du téléphone un outil performant de leur action commerciale, que ce soit pour vendre ou pour prendre des rendez-vous. Elle propose des méthodes et des outils pratiques pour une démarche de prospection téléphonique réussie, elle offre l'opportunité d'une journée complète de pratique itérative d'entretiens de prospection téléphonique et de post-analyses, dans une démarche de dépassement des freins personnels et d'optimisation de la performance dans l'utilisation commerciale de l'outil téléphonique.

Tout salarié réalisant des actions de prospection téléphonique

Objectifs pédagogiques :

Organiser la prospection	Préparer l'entretien téléphonique	Conduire un entretien structuré	Planifier le suivi commercial

Prérequis : Aucun

Groupe de 4 à 8 participants

Profil des formateurs consultable sur www.managir.com

1. Organiser la démarche de prospection
Qualifier le fichier : cibler les prospects, identifier les interlocuteurs
Déterminer les objectifs
Identifier les leviers de motivation du prospect
Rédiger un guide d'entretien : phrase d'accroche, argumentaire ciblé, réponses aux objections…
Déterminer des indicateurs de performance
Modalités pédagogiques : Utilisation de la méthode SWOT, rédaction d'un guide d'entretien ou appropriation d'un guide existant, élaboration d'un tableau de bord de suivi

2. Préparer l'entretien téléphonique
Identifier les spécificités de la communication par téléphone
Dynamiser la relation : personnalisation, débit, rythme, intonation, registre…
Utiliser le langage positif
Reformuler pour être sûr d'avoir compris
Modalités pédagogiques : exercices sur la voix, l'écoute, le questionnement, le langage positif, mises en situation et jeux de rôles

3. Conduire un entretien structuré
Déjouer l'obstacle du barrage : planification pour limiter les risques, astuces et comportement pour le surmonter
Susciter l'attention et l'intérêt
Cadrer la communication
Pratiquer l'écoute active pour découvrir les besoins et les motivations de l'interlocuteur
Adapter son argumentaire
Traiter positivement les objections
Percevoir les réactions, les freins, les signaux d'achat
Présenter une proposition claire en termes d'avantages/bénéfices client
Clore de façon positive au moment opportun
Reformuler, confirmer le rdv, déterminer une date précise de relance, d'engager sur le suite à donner…
Modalités pédagogiques : simulations d'appels et appels réels des cibles des participants (appels « initiaux » ou appels de relance), débriefing, post-analyses à l'aide d'une grille d'évaluation

4. Planifier le suivi commercial
Enrichir la base commerciale
Programmer les actions de suite et les relances
Renseigner les tableaux de bord
Evaluer la performance
Modalités pédagogiques : détermination d'action à mener pour optimiser ses performances

Horaires habituels de formation 9h30 – 17h30
Evaluation des compétences en début et en fin de formation. Mesure de satisfaction en fin de session. Mesure de satisfaction du donneur d'ordre à ± 8 jours, évaluation par « Avis Vérifiés » à ± 1 mois, mesure de satisfaction et d'impact à ± 3 mois. Possibilité de questionnement complémentaire par mail pendant 30 jours

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS
01 45 23 22 22 ou ggury@managir.com

Réf. 312-020
Version 130622

V131219

Man'Agir Consultants 15 rue Ambroise Thomas 75009 Paris
01 45 23 22 22 formation@managir.com
S.A.S.U au capital de 72 000€ - APE 8559A - RCS 422.811.539.000.28