

CDL | développement

L'essentiel de la formation prospection téléphonique



La prospection téléphonique

Objectif : Acquérir les nouvelles méthodes, les techniques innovantes, les trucs et astuces qui marchent et mesurer, à l'issue de la session, l'impact sur les commerciaux et le nombre de rendez-vous. Résultats immédiats.

- ✓ **Lieu de formation :** Présentiel (dans vos locaux ou lieu à définir) & A distance (possible)
- ✓ **Pré-requis :** Posséder des compétences en communication orale, vente, négociation, et occuper une fonction liée à la relation commerciale avec des clients ou prospects.
- ✓ **Public :** Toute personne ayant une fonction commerciale de développement sur des clients ou des prospects.
- ✓ **Durée :** 14 heures.
- ✓ **Tarifs intra :** 3.600 € HT

Moyens pédagogiques :

Partage de documents et supports pédagogiques (word, powerpoint) pendant les sessions pour intégrer, relire les concepts évoqués. Ecran, téléphone, Paper Board. Les supports pédagogiques sont transmis en totalité à l'ensemble des participants à l'issue de sessions de formation.



Pédagogie

La pédagogie mise en œuvre doit inciter le stagiaire à s'impliquer fortement dans son travail et donc devenir acteur responsable de sa formation, motivé par ses propres progrès. Les échanges doivent permettre de travailler les besoins spécifiques du stagiaire et d'adapter la formation à son rythme. **Méthode interactive et structurée qui permet :**

- > De vérifier les techniques pour passer tous les barrages
- > D'être à l'aise pour utiliser les trucs et astuces de pro
- > De s'approprier une méthodologie d'appel
- > D'identifier des interlocuteurs cibles
- > Présenter des avantages uniques de son offre
- > D'obtenir des rendez-vous qualifiés
- > De générer des offres commerciales
- > De générer des ventes additionnelles
- > De se motiver à prospecter

La prospection téléphonique

Programme détaillé

JOUR 1 matin

- Tour de table et présentation « croisée » des stagiaires
- Rappel des objectifs du stage
- Difficultés de la « Prospection téléphonique »
- Rappel de quelques statistiques sur l'exercice commercial
- Rappel des comportements des entreprises vis-à-vis des commerciaux
- Comment s'informer sur la situation actuelle du prospect
- Les clefs du succès pour prospecter

JOUR 1 après-midi

- Les erreurs à éviter
- Les principes de communication (en face à face et au téléphone)
- Les informations importantes à collecter
- Les supports pertinents pour collecter de l'information
- L'importance d'un profil LinkedIn (et comment l'optimiser)
- Les souhaits d'un prospect démarché par téléphone (EVA)

Accessibilité

Conditions d'accueil et d'accès des publics en situation de handicap (locaux, adaptation des moyens de la prestation).



Méthodes d'évaluation des acquis

Les exercices de mise en situation à chaque module du programme vont permettre au formateur d'évaluer les acquis grâce à une écoute et une observation active pour identifier le vocabulaire utilisé, l'approbation et l'application de la méthodologie.



La prospection téléphonique

JOUR 2 matin

- Comment préparer un Pitch « remarquable » en 30''
- Les « Trucs et astuces qui marchent »
- Le premier contact avec l'entreprise (information et déroulé)
- L'appel au standard : méthodologie
- L'appel au standard : le traitement des objections
- La prise de rendez-vous : méthodologie

JOUR 2 après-midi

- Comment qualifier un lead : le questionnement
- Identifier un besoin (explicite ou implicite)
- Les 6 typologies de questionnement
- La mise en pratique et les appels en direct sur les prospects
 - o Coaching individuel et collectif par le formateur

Besoin d'informations supplémentaires ?

Contactez-nous directement au :

+33 6 71 60 79 17

Nous vous rappellerons dans les 24h.

