



**RELATION
CLIENT
MARKETING**

Prospecter et vendre au téléphone

Objectifs

- Comprendre la nécessité de prospecter en adaptant les techniques de prospection à la stratégie de l'entreprise, aux objectifs commerciaux et aux budgets.
- Savoir constituer un fichier qualifié et préparer la prospection.
- Savoir mener une opération de phoning.
- Préparer et structurer un entretien téléphonique.
- Savoir accueillir, prendre en compte et cultiver l'image de marque de l'entreprise
- Être efficace, rapide, précis, fiable.
- Savoir transmettre et exploiter les informations.
- Savoir gérer les situations : attentes, litiges, agressivité.
- Savoir conduire un entretien commercial.

Public

S'adresse aux équipes commerciales : télévendeurs, téléprospecteurs, collaborateurs du service des ventes.

Méthode pédagogique

Enregistrement d'entretiens téléphonés en simulation avec analyse et correction simultanée.

Équipe pédagogique

Consultant expert dans le domaine commercial / relation client

Attestation de formation

Attestation de formation stagiaire remise à chaque participant en fin de formation

Évaluation

Attestation de formation stagiaire remise à chaque participant en fin de formation

Accessibilité

Cette formation peut être accessible aux personnes en situation de handicap. Nous consulter

DURÉE

3 jours soit 21 heures

DATES

Nous consulter

HORAIRES

08h30 – 12h00 et 13h30 – 17h00

TARIF

Selon formule choisie (Inter ou Intra)

LIEU

B2M, centre de formation de la CCI de Montauban ou site de votre Entreprise



LES ATOUTS DE LA FORMATION

Échanges / enrichissement dans le groupe grâce aux univers différents des participants

Exercices de simulation téléphonique

Système d'inter-sessions permettant une formation progressive et régulière en adéquation avec votre environnement professionnel

PLUS DE 30 ANS D'EXPÉRIENCE DANS LA FORMATION

CCI formation 82



CCI MONTAUBAN
ET TARN-ET-GARONNE

61 Avenue Gambetta - BP 527
82065 MONTAUBAN Cedex

Contactez-nous au 05 63 21 71 00
www.b2m-formation.com

OPTIMISER LES TECHNIQUES DE PROSPECTION

- Organiser la prospection
Le repérage des prospects / Le fichier / La sélection des prospects / Les outils d'aide à la prospection
- Évaluer et choisir les méthodes de prospection
L'approche par le publipostage / L'approche téléphonique / L'approche physique
- Planifier la prospection
Le plan de prospection / La construction du planning / La gestion des priorités
- Mettre en place les différentes méthodes de prospection
Conduire, suivre et analyser l'opération de prospection : publipostage, téléphonique, physique

MIEUX VENDRE AU TÉLÉPHONE

- *Dimension psychologique*
- *Valorisation de l'entretien téléphonique*
- *La spécificité du contact téléphonique*
- *Les avantages et les inconvénients*
- *Les difficultés de son utilisation*
- Maîtrise de l'outil
Prise de conscience des différences entre : ce que l'on veut dire, ce que l'on dit, ce que l'autre comprend, ce que l'autre retient.
- Optimisation de l'outil
Le téléphone est une technique qui obéit à ses règles propres, il est nécessaire de travailler : le sourire, l'attitude physique, la voix, le choix des formules et des mots.
- L'écoute active
La prise d'informations
- L'émission d'appels
La prise de rendez-vous
La prospection téléphonique
L'élaboration d'un argumentaire spécifique avec réponses aux objections pour chaque cas : prospection, relance, coupons réponses, parrainage, etc.
Vendre un rendez-vous
La tenue d'un agenda
La gestion d'un portefeuille de relance
Le suivi de clientèle par téléphone
La mise au point d'un tableau de bord
- La vente par téléphone
La différence entre vendre un RDV et vendre un produit
L'argumentaire de vente
L'importance de la phrase de conclusion
La mise au point de supports spécifiques (calendrier, bon de commandes, etc.)
- Transformer la réception d'appels en acte de vente
Comment optimiser l'appel reçu ?
Répondre aux objections
Ouvrir le dialogue
Conduire l'entretien
Maîtriser la durée de l'entretien, savoir conclure
Prendre une commande par téléphone
Informé d'une promotion
La vente additionnelle et la vente croisée