

PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

PARTICIPANT(S) :

Commercial, assistant(e) commercial (e) sédentaire ou itinérant(e).

ORGANISATION :

Durée : 14 heures

Lieux : Campus du lac ou Campus de Libourne

INTERVENANT(S) :

Formateur expert dans la gestion de la relation client.

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010

Code APE-NAF 8542Z

N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin - CS 31996 -

33071 Bordeaux Cedex

Tél. 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder

33504 Libourne Cedex

Tél : 05 57 25 40 40

campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Prospecter pour obtenir un rendez-vous.
- Relancer pour obtenir le rendez-vous.
- Prospecter pour vendre.
- Relancer les propositions commerciales et les devis.

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Alternance de théorie et de cas pratique au travers d'exercices et de jeux de rôles.

Pédagogie favorisant les échanges d'expérience entre participants.

Utilisation d'une salle de télémarketing pour une écoute individuelle et collective des pratiques.

CONTENU DU PROGRAMME

IDENTIFIER LES ENJEUX DE LA RELATION TELEPHONIQUE EN ENTREPRISE.

Identifier les enjeux de la prospection et de la vente par téléphone.

Identifier les freins personnels vis à vis de cette démarche.

Identifier les satisfactions personnelles que procure la démarche.

Identifier les difficultés rencontrées.

Comment se motiver ? : « Passer d'un mal nécessaire à un réel plaisir ».

MAITRISER LES TECHNIQUES DE LA RELATION TELEPHONIQUE.

Favoriser les comportements appropriés.

Comment établir une relation positive ?

Adopter un comportement assertif.

Le repérage des conséquences que chaque type d'attitude peut produire sur le client.

Définir l'objectif de l'appel.

PREPARER SA PROSPECTION TELEPHONIQUE

Définir les objectifs, les cibles en cohérence avec vos objectifs commerciaux.

Préparer le scénario d'appel.

Trouver les formulations et l'intonation efficaces.

MAITRISER LES SPECIFICITES DE LA PRISE DE RDV.

La prise de rendez-vous téléphonique.

Savoir se présenter, soi et l'entreprise.

Exposer le motif de son appel avec assurance.

Passer le barrage de l'assistant(e).

L'argumentaire : déroulement et traitement des objections.

Les formulations et le vocabulaire à privilégier, ceux à éviter.

La relance en prise de rendez-vous.

Quand effectuer la relance ?

Que dire ?

MAITRISER LES SPECIFICITES DE LA VENTE PAR TELEPHONE.

Les étapes pour construire sa vente.

Le message pour se présenter.

Renforcer son assertivité.

Comment susciter l'intérêt du prospect ?

Ecouter le prospect/client pour mieux comprendre.

La typologie des interlocuteurs.

Décrocher la vente

L'argumentation : bâtir et faire une offre argumentée.

L'annonce des prix : comment présenter son prix avantageusement ?

Les objections : comment y répondre ?

La conclusion : quand et comment conclure ?

Effectuer une relance suite à une proposition commerciale ou un devis.

Que dire et comment le dire ?

Répondre aux objections du client.