

FORMATION A LA PROSPECTION TELEPHONIQUE

« Gérer son activité commerciale en l'absence du face à face »

1) Accueil et prise en charge des stagiaires.

- ◆ Prise de parole individuelle et présentation des fonctions de chacun,
- ◆ Evocation des contraintes liées à la profession, à l'activité et/ou à la philosophie de la Société,
- ◆ Identification des lacunes ou difficultés rencontrées,
- ◆ Attentes et objectifs du/des stagiaires...

2) Le marketing direct et ses différents pôles : (Rappel des différentes branches, leurs utilités et retombées commerciales)

- ◆ Publipostage,
- ◆ Multimédia,
- ◆ Visites commerciaux,
- ◆ Télémarketing.

Positionnement de leur activité, de l'impact commercial au sein d'une entreprise et de leur rôle « d'Ambassadeur » nécessaire à la notoriété de la société...

3) Le télémarketing, segments, objectifs et efficacité liée à la fonction et aux outils :

- ◆ L'outil téléphone, « métiers de la relation clients »,
- ◆ Le cœur de cible et comportement,
- ◆ Intégrer la notion de qualité et de service,
- ◆ Compréhension et maîtrise des objectifs commerciaux liés à « sa » fonction et à la pérennité d'une collaboration « Gagnant – Gagnant »...

4) Structurer et maîtriser les entretiens téléphoniques.

- ◆ Les principes de la communication en l'absence du face à face et spécificités,
- ◆ Les fonctions, attitudes, état d'esprit et convictions,
- ◆ Les principes de la communication en l'absence du face à face et spécificités.
 - Lever les freins inhérents à la prospection téléphonique et être vigilant sur son état d'esprit.
- ◆ Le langage approprié, le dynamisme commercial et le savoir être,
 - Ne pas s'enfermer dans des préjugés, rester optimiste et savoir créer l'adhésion.
- ◆ L'image de marque, la notoriété et la circulation des informations,
- ◆ Les trames d'entretiens, méthodologie de construction et utilisation,
 - Organiser sa pensée afin de rester maître des entretiens tout en respectant le script prédéfini.
- ◆ Savoir ouvrir le dialogue pour une meilleure compréhension des besoins, des freins et/ou des motivations,
 - Evaluation des « tournures de phrases » utilisées.
- ◆ Le traitement d'objections et le comportement approprié face à un refus de collaboration,



- ♦ La conclusion des appels, la gestion et le suivi des dossiers...

5) Aborder et identifier, avec les participants, les différentes stratégies de prospection ou de fidélisation commerciale en l'absence du face à face :

- ♦ Les différents axes des actions de phoning et le « vocabulaire » approprié en fonction du profil (client/prospect ou encore taille de la commune et interlocuteur privilégié)
- ♦ Créer une action de phoning visant à promouvoir les produits, les prestations et les services de l'entreprise.
- ♦ Pré-test du guide d'entretien :
 - Simulations d'appels et enregistrement des entretiens,
 - Evaluation des « tournures de phrases » utilisées,
 - Modifications et perfectionnement de l'approche commerciale ...

Audit du comportement

Jeux de rôles de mise en situation organisés avec les participants dans l'objectif de pouvoir valider les acquis, d'identifier les comportements de chacun face à des situations données, de limiter la résistance au changement tout en œuvrant dans un cadre attractif !

Tout au long de la journée de travail, des échanges interactifs sont à prévoir avec les participants afin de :

- Libérer les énergies (positives ou négatives),
- Lever les freins propres à des situations données,
- Exprimer les non-dits...

Formation théorique et pratique visant l'acquisition des compétences et le savoir-faire afin de pouvoir :

- ♦ Professionnaliser son approche commerciale,
- ♦ Dynamiser son activité et favoriser son aisance,
- ♦ Maîtriser et structurer sa prospection téléphonique,
- ♦ Exploiter un fichier, identifier des intentions d'acquisitions ou connaître les raisons de refus, fixer des rendez-vous, développer le chiffre d'affaire...

Durée de la formation : 14 heures sur 2 journée

Prix : 400 € HT les 2 journées (ou 220 € pour la formation 1 jour)

