

## Prospection phoning initiation

 <b>Durée</b>	2 Jours - (16 Heures)	 <b>Modalité d'accès</b>	Aucune
 <b>Pré-requis</b>	Avoir une pratique du téléphone et un bon relationnel	 <b>Date</b>	Voir convention
 <b>Public</b>	Toute personne étant en contact avec la clientèle et désirant s'améliorer en prospection téléphonique.	 <b>Lieu</b>	Voir convention
 <b>Intervenants</b>	Formateur issu du commerce et/ou de la téléprospection	 <b>Délai d'accès</b>	Définir avec l'entreprise
 <b>Nb participants</b>	1 à 5	 <b>Accessibilité</b>	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 <b>Prix</b>	Voir convention	 <b>Obligations réglementaires</b>	Aucune

### Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Jeux de rôles et mises en situation.

### Outil pédagogique :

Supports papiers

### Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

### Validation :

Attestation de fin de stage

## OBJECTIF

S'approprier et mettre en œuvre les fondamentaux, méthodes et les outils de la prospection téléphonique - Gagner en efficacité - Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion.

## PROGRAMME

### JOUR 1 :

#### Les techniques de prospection

- Préparer la prospection et organiser son plan de prospection
- Prospection directe et prise des rdv par téléphone
- Mener l'entretien de prospection
- Mesurer les résultats de sa prospection

#### Efficacité commerciale

- Identifier son approche commerciale
- Définir les types généraux de clients
- Adapter une communication efficace et personnalisée

#### Préparer la prospection et organiser son plan de prospection

- Autodiagnostic « Quel prospecteur êtes-vous » test des qualités de prospecteur.
- Les freins psychologiques, se conditionner positivement, surmonter ses a priori, maintenir sa motivation
- Planifier la prospection, établir le rétro planning de la prospection
- Estimer son capital prospection, analyser son portefeuille clients, cibler les prospects utiles, le critère du potentiel accessible, comment évaluer le potentiel accessible ?
- Les approches possibles (allers vers le prospect, faire venir le prospect, s'inviter chez le prospect)

### JOUR 2 :

#### Prospection téléphonique

- Schéma prise de rdv par téléphone
- Soigner les mots et la voix, accrocher son interlocuteur avec pertinence.
- Difficultés rencontrées, quelques objections de la prise de rdv par téléphone.
- Anticiper et traiter les objections
- Conclure par une prise de rendez-vous

#### Argumenter la proposition de rendez-vous

- Les arguments pour intéresser un prospect à nous rencontrer
- La notion de bénéfice produit appliquée au rendez-vous
- L'adéquation des arguments avec les motivations d'achats type des clients
- Les règles de communication pour mieux influencer au téléphone
- Le vocabulaire au téléphone

- Conclure par une prise de rendez-vous

#### Mesurer les résultats

- Synthèse finale de la démarche de prospection.
- Que vaut votre prospection en 10 questions
- Analyser ses échecs
- Le pronostic de résultat, représentation graphique.