



Prospecter efficacement sur le terrain et au téléphone

Domaine : Achats / Ventes

Réf. : 1848AV

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Etre capable de mettre en place une réelle stratégie de prospection en fonction d'un ciblage pré-déterminé.

Connaitre toutes les méthodes de prospection

Téléphone, mailing, réseaux sociaux et adapter sa méthode en fonction de votre ciblage et de l'avancée de votre plan d'action de prospection

PRÉ-REQUIS

Aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Moyens pédagogiques : Alternance entre théorie et exercices pratiques. Un support de cours adapté remis à chaque participant. Salle de cours équipée / connexion internet / matériels de projection / Tableaux / Paper Board.

Modalités d'évaluation : Evaluation au fur et à mesure des exercices pratiques / Questionnaire de satisfaction / Attestation de stage / Evaluation sommative par le formateur sur 5 questions.

Formation en présentiel : A l'aide de l'application EDUSIGN, les stagiaires ont un accès afin d'émarger pendant la formation et de répondre à une opinion qualité lors de la fin de la formation.

Formation en distanciel : A l'aide d'un logiciel, les stagiaires interagissent entre eux et avec le formateur / Accès à l'environnement d'apprentissage (supports,...) et aux preuves de suivi (émargements, évaluation, opinion qualité...) via la plateforme Edusign / Convocation avec lien de connexion.

CONTENU ET MÉTHODES MOBILISÉES

Un ou plusieurs tests de personnalité sont transmis en amont de la formation via un lien internet.

Un test de votre profil de prospecteur sera effectué en amont de la formation
Un plan d'action sera déterminé en fin de formation et un entretien téléphonique ou via différents outils numériques est proposé deux mois après la formation.

1/ La prospection physique

Comprendre le fonctionnement

Etre convaincu des bienfaits

Déterminer le potentiel et l'accessibilité des prospects

Se motiver sur l'activité de prospection

Tester son assertivité

Tester sa propension à prospecter

Analyser et surmonter son stress et ses éventuels freins

Développer la prospection

Organiser et planifier son action

Savoir identifier les cibles dans la rue

Savoir développer une approche proactive/push

Récolter des contacts

Optimiser l'impact des propositions

Structurer son argumentaire

Défendre oralement sa proposition commerciale

Assurer le suivi de sa prospection

Mettre en place un plan de prospection

Créer un rythme de prospection

Établir un plan de relance et de suivi

Faire de chaque client un apporteur d'affaires

2/La prospection par téléphone

Les fondamentaux de la communication et prospection par téléphone

La communication verbale et non verbale, un pas vers le succès

Le vocabulaire professionnel au profit de la prospection téléphonique

Le principe de la synchronisation au téléphone

De la préparation à la prospection téléphonique, assurer une organisation efficace

Les fichiers et les bases de données, enrichir et compléter un fichier de prospection

Les jours et les heures pour optimiser ses contacts

Se fixer des objectifs ambitieux et réalistes

Structurer un entretien téléphonique

Les aspects psychologiques de la rencontre virtuelle

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en charge de la prospection commerciale ou devant relever un challenge de prospection
Toute personne en charge de prospecter

DURÉE ET DATES

-Durée :

2 journées soit 14 heures

-Délai d'accès :

Réponse par mail dans les 72h.

En inter : inscription à la prochaine session suivant le nombre de places disponibles.
En intra et en individuel : en fonction du planning déterminé par le client.

-Dates des inter-entreprises :

Nous contacter

.En Intra ou Individuel :

Nous contacter

FORMULES ET TARIFS

En inter-entreprises :

559€ HT / Jour / personne

En intra-entreprises :

1109€ HT / Jour / groupe

Groupe de 2 à 4 pers.

1409€ HT / Jour / groupe

Groupe de 5 à 10 pers.

En cours particulier :

Nous consulter

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentiel, Distanciel.

BESOIN D'AIDE POUR CHOISIR VOTRE FORMATION ?

☎ 02 32 74 56 94

Numéro
unique
d'appel

Le plan d'un entretien téléphonique
Concevoir son propre guide en intégrant des expressions gagnantes
La prise de contact avec le prospect ou un client (actif ou dormant)
Franchir les barrages avec efficacité et méthode
Passer les standards et les secrétariats à en travaillant son assertivité et son discours
Quelques échappatoires pour mieux éviter les barrages
La phrase d'accroche et l'assertivité au téléphone
Créer un climat propice au développement de son argumentaire
Savoir rassurer son prospect pour assurer un appel de qualité
La qualification d'un prospect
La qualification directe, savoir poser les bonnes questions
Le questionnaire de qualification
De la fiche technique à l'argumentaire : savoir présenter son offre
Quels arguments pour quels besoins ? Découvrir les besoins de son interlocuteur
Choisir - Classer - Ajuster - Présenter ses arguments
Anticiper et préparer sa réfutation aux objections
Savoir répondre aux objections et présenter ses arguments
La réfutation des objections les plus courantes
La conclusion d'un appel
Repérer les signaux d'achats et les freins à l'achat
Quand et comment conclure ?
Comment préparer et prévoir sa relance téléphonique
La persévérance comme outil infaillible de développement
Le plan de relance
Gérer ses fichiers pour mieux relancer

Fiche mise à jour le 23/08/2024

NOS CERTIFICATIONS

