



Programme de formation

Techniques de téléprospection commerciale

Le téléphone est souvent le premier lien entre le client et l'entreprise, transmettre en quelques mots une image en harmonie avec les valeurs de sa structure n'est pas toujours simple.

A l'aire de la communication, l'humain est quelques fois délaissé pour l'usage d'un standard automatique aussi froid qu'intransigeant.

Notre force ! Nos sentiments, nos capacités d'adaptation.

Nous vous proposons une formation pertinente basé sur des techniques téléphoniques fondées sur l'humain.

Cette formation permet d'identifier les difficultés liées à la communication et de s'enrichir d'outils afin d'adapter sa communication à ses clients

Le but de la formation

Gagner en efficacité dans la téléprospection et la télévente.

Les objectifs de la formation

1. Développer les moyens nécessaires pour communiquer plus efficacement
2. Créer des relations positives avec la clientèle.

Les contenus de la formation

Préparer sa séance de phoning

- Créer un environnement propice à l'appel : temps et lieu ; fichiers et argumentaires adaptés.
- Identifier et qualifier les interlocuteurs pertinents.
- Cibler le décideur final.
- Se fixer un objectif et un timing par vague d'appel.
- Se conditionner positivement.

Donner confiance dès les premiers instants

- Franchir les différents barrages : accueil, secrétaire.
- Personnaliser le contact.
- Capter l'intérêt du prospect dès les premiers instants, AIDA :
 - Attirer l'Attention ;
 - Susciter l'Intérêt ;



- renforcer le Désir ;
- Inciter à l'Action.
- Utiliser des mots percutants.
- Adopter les attitudes gagnantes.

Obtenir le rendez-vous

- Proposer rapidement le rendez-vous.
- Rebondir sur les objections.
- Réussir sa prise de congés.
- Renforcer l'envie du prospect.
- Se remotiver après un appel non abouti.

Mise en situation : rebondir sur les objections.

Finaliser la prospection téléphonique

- Formaliser les informations obtenues sur le prospect.
- Transmettre les informations au sein de l'entreprise.
- Programmer les relances.
- Réaliser les relances.
- Suivre ses résultats : s'auto analyser pour augmenter son taux de réussite.
- Obtenir le rendez-vous.
- Savoir rebondir sur les refus.

Nos principes d'action

Une formation s'articulant autour d'une partie théorique légère permettant l'acquisition de notions importantes, puis d'une partie pratique sous forme de mises en situation, Animation de formation à partir des méthodes actives principalement, permettant un apprentissage optimal et de méthodes interrogatives sous forme de questionnement, études de cas.

Évaluation

- Evaluation formative, en cours de formation par le biais des mises en situation.
- Attestation de stage, feuille de présence par demi-journée.

Le public concerné

- Ce stage s'adresse à toutes les personnes dont le rôle est de trouver de nouveaux clients et en premier lieu les commerciaux.

Le lieu

- Dans vos locaux

La durée et les horaires

- Durée: 2 jours pleins ou 4 x 0.5 jour, soit 14 heures.

Le formateur

Éric Bouchet, Consultant/ formateur GM ! Conseil Formation.

