Prospection phoning initiation

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge de la prospection commerciale
Intervenants	Formateur issu du commerce et/ou de la téléprospection
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	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 papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Mettre en œuvre les méthodes et outils de la prospection téléphonique
- Gagner en efficacité au téléphone
- Conduire 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.