

PROSPECTER AU TÉLÉPHONE

2 jours

Fiche d'inscription
sur www.caritat.fr

Relation client

À qui s'adresse cette formation ?

Aux commerciaux, responsables de clientèle, assistantes commerciales, ... et à toute personne ayant pour mission de prendre des rendez-vous par téléphone.

Pour obtenir quoi ?

Obtenir de nombreux rendez-vous productifs au téléphone, par une définition des cibles à fortes probabilités, une planification de sa prospection et l'utilisation de techniques éprouvées. Obtenir une augmentation du nombre de nouveaux clients et de nouvelles commandes.

Comment ?

Par l'apport de méthodes utilisées par les prospecteurs efficaces, des mises en situation avec téléphone de simulation, des appels réels sur des fichiers apportés par les participants. La formation peut être complétée par un accompagnement sur site pour conforter les réflexes acquis.

Quels sont les pré-requis ?

Aucun.

Qui anime cette formation ?

Christophe de BISSCHOP,
consultant et formateur
sur les thèmes commerciaux
depuis 1995, après 14 ans
d'expérience de responsable
commercial et négociateur
en grande distribution
et en "B to B".



La formation en pratique...

Quand et où ?

Dates en cours de programmation

9 h - 12 h 30 et 14 h - 17 h 30
Lieu à préciser (Paris centre)

Combien ça coûte ?

1 290 € HT + TVA 19,60%, soit 1 542,84 € TTC.
Les frais de participation couvrent les deux journées de formation, la documentation complète, les deux déjeuners et les pauses café.

Où vous loger ?

Si vous venez de province ou de l'étranger, pour toute réservation d'hôtel, contactez notre partenaire :
Elysées West Hôtel - 01 47 75 92 90 - www.ewh.com.
Demandez le tarif Caritat

Qu'allez-vous apprendre ?

Prospecter pour quoi faire ?

- Connaître les principes de la communication en face à face et au téléphone
- Définir les trois dimensions de l'efficacité commerciale
- Comprendre les freins à la prospection et leurs conséquences
- Analyser les différentes formes de prospection : les forces et les faiblesses

Préparer son action : la qualification

- Définir la probabilité des cibles visées pour augmenter les résultats
- Créer sa stratégie de prospection pour éviter les « baisses de régime »
- Identifier les informations prioritaires
- Concevoir son guide d'entretien de qualification
- Déterminer les horaires favorables (pour l'interlocuteur et pour soi-même)
- Tester la démarche préalable pour affiner sa performance

Passer les barrages de l'assistante

- Valoriser son premier interlocuteur pour effriter la résistance
- Se centrer sur le but pour éviter les dérapages
- Donner l'objet de son appel par l'effet de l'évidence
- Utiliser les tactiques de passage pour faire face à la mauvaise foi
- S'affirmer par son aisance et par sa force de conviction
- Pratiquer la technique de l'écran pour ne pas se faire déstabiliser
- Utiliser la technique de l'appui

Convaincre le décideur

- Obtenir un oui pour créer un climat favorable à la poursuite de l'entretien
- Accrocher avec pertinence pour susciter l'intérêt de l'interlocuteur
- Vendre son rendez-vous en répondant aux motivations
- Argumenter de façon impactante pour faire la différence
- Utiliser les techniques d'influence pour passer à l'étape suivante

Conclure par l'obtention du rendez-vous

- Engager par l'alternative pour verrouiller l'accord
- Faire une proposition directe
- Amener la décision par les questions induites

Contact :
01 44 51 04 04

Qu'en disent les stagiaires ?

« Merci une nouvelle fois. Mes progressions depuis quelques semaines sont extraordinaires. »

R. B., commercial EUROFOR

« Cette formation est « super » aussi bien sur l'organisation que sur l'état d'esprit et sur les techniques utilisées. »

T. J., commercial FRANCE EXPRESS