

Prospecter, vendre et négocier au téléphone

Public

Commerciaux, technico-commerciaux, commerciaux sédentaires, télévendeurs, assistantes commerciales faisant de la vente par téléphone ;

Durée

3 jours
non consécutifs à 3 ou 4
semaines d'intervalle

Coût

Pour un groupe de 8
participants

Méthode pédagogique

Des mises en situation.

Des supports et exercices
spécifiques au secteur.

Des ateliers élaborés par le
consultant en lien avec
l'entreprise à partir de
situations concrètes de
terrain des participants.

Entre chaque session de
formation, élaboration d'une
mission personnalisée à
atteindre en intersession.

Utilisation d'un carnet de
route qui comportera un
plan d'action qui
accompagnera le
participant dans sa
démarche et lui permettra
de suivre les objectifs visés.

OBJECTIFS

- S'approprier les outils de communication au téléphone
- Utiliser les techniques de qualification de fichiers prospects pour définir sa cible et l'argumentation commerciale adaptée.
- Traiter les objections et passer les barrages
- Maîtriser les techniques de prise de rendez-vous par téléphone.
- S'approprier des outils d'aide à la vente et à la négociation

CONTENU

1^{er} MODULE (1 jour)

Qu'est-ce que communiquer ?

Forces et limites de l'outil téléphone

Enjeu de la prospection commerciale

Définition des cibles de l'entreprise

La qualification et la prise de rendez-vous : deux démarches complémentaires

S'organiser pour réussir

Préparer l'entretien pour réussir

Les techniques de qualification

La prise de contact

L'implication du prospect

Les différents types de questions

La reformulation

L'objectivité

L'analyse des réponses

Le classement des prospects

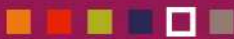
L'organisation de travail (les rappels, les refus, les hors cible...)

Les outils de travail (grille de suivi quantitatif journaliers, hebdomadaire, mensuel...)

Les résultats à atteindre

- ➔ Elaboration d'une ou plusieurs missions personnalisées à réaliser en intersessions.





Evaluation & Suivi

Une évaluation à chaud est effectuée à la fin de la formation par les stagiaires à l'aide d'un questionnaire.

A l'issue de la formation, le consultant ECOFAC reste à disposition des participants pour répondre aux questions et/ou difficultés rencontrées lors de la mise en pratique de la formation.

2^{ème} MODULE (1 jour)

Les techniques de prise de rendez-vous : AIDA

A : attirer l'Attention

I : susciter l'Intérêt

D : créer le Désir

A : obtenir l'Accord

La présentation professionnelle, personnalisée et accueillante

L'identification de l'interlocuteur

La découverte du prospect (les questions de qualification)

L'argumentation commerciale et adaptée

La proposition constructive et convaincante

La fiabilisation de la vente ou du rendez-vous

La prise de congé ouverte, personnalisée et chaleureuse

Le discours commercial au téléphone

La concision et la clarté du discours

Les termes à privilégier et ceux «à bannir»

L'utilisation du temps «présent»

La personnalisation du discours

Les techniques de questionnement

Les questions ouvertes et les questions fermées

Les questions neutres et les questions orientées

Le choix de questions en qualification

La reformulation

La question alternative pour obtenir le rendez-vous

→ Elaboration d'une ou plusieurs missions personnalisées à réaliser en intersessions.

3^{ème} MODULE (1 jour)

Les attitudes de service

La voix (sourire, volume, débit, articulation, intonation)

L'écoute

La directivité

L'objectivité dans la démarche de qualification

La valorisation

Vendre, négocier et conserver ses marges

Développer une argumentation spécifique et persuasive

Préparer sa négociation (exigences, planchers, limites et objectifs)

Découvrir les 5 Règles d'Or d'une bonne négociation

Exigences, contreparties, engagements clients et techniques de pré-fermeture

Le traitement des objections

Les barrages standard / secrétaire

Les fausses objections

Les vraies objections

Conclure et repérer le bon interlocuteur (décideur, prescripteur...)

« Garder la main » pour les relances et suites à donner

