

## Gagner de nouveaux clients : prospector par téléphone

Date et durée
Code formation : REC05FR Durée : 4 jours Nombre d'heures : 28 heures
Description
La téléprospection est un exercice difficile et sujette à une forte concurrence, et sans résultat si elle n'est pas exercée correctement. Cette formation vous apprendra à maîtriser l'ensemble des techniques et compétences pour prospector efficacement par téléphone et transformer vos cibles en acheteurs.
Objectifs
<ul style="list-style-type: none"><li>• Acquérir une méthodologie efficace de prospection</li><li>• Cibler les prospects et obtenir des rendez-vous qualifiés</li><li>• Développer des réflexes de « chasseur » et faire de chaque client, un apporteur d'affaires</li></ul>
Modalités d'évaluation
Travaux Pratiques
Pré-requis
Pour suivre cette formation, il faut avoir une expérience de vente en face à face ou par téléphone.
Public
Ce cours s'adresse aux commerciaux, aux technico-commerciaux, aux ingénieurs d'affaires et aux vendeurs souhaitant agrandir leur portefeuille clients.
Cette formation s'adresse aux profils suivants
<u>Ingénieur Technico-Commercial</u> <u>Manager</u> <u>Responsable Commercial / Marketing</u>
Programme
<b>LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION PAR TELEPHONE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les avantages du téléphone en prospection commerciale</li><li>• La voix</li><li>• Le sourire</li><li>• Le ton</li></ul>

- Le dynamisme
- Le vocabulaire

### **LA CREATION D'UNE BASE DE DONNEES PROSPECTS**

- Définir les critères de choix de prospects
- Qualifier les fichiers prospects : la fiche de contacts
- Identifier les bons interlocuteurs décisionnaires,

### **LA PREPARATION DE LA CAMPAGNE DE PROSPECTION**

- Définir les objectifs à atteindre
- Construire le « cadre » de l'entretien : le script de prise de rendez-vous
- Préparer les réponses aux objections

### **LA CONDUITE DE L'ENTRETIEN TELEPHONIQUE**

- Accrocher votre prospect
- Écouter le prospect pour détecter ses besoins et découvrir ses motivations
- Les techniques de questionnement
- « Vendre » et conclure un rendez-vous
- Gérer les relances et le suivi de la campagne d'appel

### **GERER LES CAS PARTICULIERS**

- Franchir avec succès les « barrages » téléphoniques
- Maintenir la relation avec les prospects difficiles : l'agressif, le bavard, le réticent