

2 jours



## Mettre en œuvre une prospection efficace

### Déclencher des rendez-vous et des opportunités d'affaires par téléphone

#### Votre contexte

*CONTEXTE : vous avez pour objectif de développer les comptes clients et vous souhaitez optimiser vos pratiques par téléphone pour déclencher des rendez-vous et identifier des opportunités d'affaires nouvelles.*

*Cette formation vous permettra de partager et d'améliorer vos pratiques en phase prise de rendez-vous par téléphone et/ou détection de projets par téléphone afin de développer votre aisance et votre habileté dans le pilotage des contacts commerciaux à distance.*

#### Objectifs

- Améliorer votre efficacité commerciale dans l'approche de vos clients et prospects
- Améliorer la qualité de son script avec une accroche et une présentation efficace comme support d'appels et développer des arguments convaincants construits en lien avec la découverte du prospect.
- Optimiser la qualité de l'échange avec les clients par téléphone ; rappeler les techniques spécifiques pour prendre des rendez-vous et détecter des nouveaux projets.

#### Public concerné

- Commerciaux
- Chasseurs grands comptes.

#### Méthode pédagogique

- Alternance de théorie et de pratique
- Apport de repères, simulation d'appels, apport de correctif
- Mise en place d'un plan d'amélioration individuel

#### Lieu et Budget

- Paris 75002 ou Clichy 92110
- 1150€HT par participant

#### Contenu

##### Prospecter par téléphone : repères incontournables, amélioration de l'existant et entraînement.

- Rappel des notions de marketing: votre marché, sa segmentation, vos cibles, votre positionnement
- Rappel sur les objectifs du marketing direct
- Les règles marketing pour « intéresser le prospect en 30 secondes et éveiller son envie en 3 mn»
  - L'accroche
    - L'adaptation du message à la cible
    - La perception du message
    - Le centrage « valeur d'usage »
    - Le centrage « résultats »
    - Exercice écrit : rédiger une accroche
    - Débriefing et amélioration
  - La présentation de soi et de sa Société
    - Exercice en commun : se présenter et présenter sa Société.
    - Débriefing et amélioration
  - Barrage standard et assistante : partage des trucs et astuces
  - Comment inciter à la prise de rendez-vous ou détection les besoins et projets à venir
    - L'écoute et la découverte ciblées des « douleurs » du client
    - L'utilisation des verbes d'action et des « mots magiques »
    - Comment faire agir : les formules à utiliser
    - L'alternative positive : pour déclencher le rendez-vous
    - Les mots qui rassurent
    - Les 4 preuves
    - Le suivi
  - Le script – l'argumentation – le traitement des objections
    - Simulation d'appel téléphonique avec les scripts existant
    - Analyse des forces et des faiblesses en groupe
    - Apport d'amélioration
    - Recueil des objections courantes
    - Analyse des objections – détection des prospects « sans-issue » - construction des critères de go/nogo
    - Entraînement sur les objections qui font vendre
    - Le suivi – l'organisation : échange des bonnes pratiques
- Entraînement deux par deux, apport de feed-back, construction d'un plan d'entraînement personnel.