



# LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

## PUBLIC

Chargés de clientèle, téléprospecteurs, ingénieurs commerciaux et technico commerciaux.

## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Acquérir les repères nécessaires pour proposer de nouveaux produits,
- Apprendre à identifier les moments favorables à la conclusion d'une vente.

## PRÉ REQUIS

Pas de pré requis.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

Le formateur accompagne le ou les participants dans les étapes clés de la prise en main de son rôle de chargés de clientèle...

Les formateurs ERSILY sont sélectionnés en fonction de leur connaissance approfondie et pratique du métier et de l'environnement spécifique du ou des participants. Leur nom et compétences sont communiqués aux stagiaires avant le début de la formation. Le programme est adapté et défini par le client et le formateur préalablement.

Moyens pédagogiques : salle de formation équipée de vidéo projecteur, caméra et ordinateur plus paper board.

## DURÉE ET LIEU

Sur site ou en organisme de formation.

Durée : 2 jours ou 14 heures

Les dates sont à définir avec l'entreprise.

## PROGRAMME

### **Mieux se connaître pour mieux négocier :**

- Développer la confiance en soi et le naturel,
- Découvrir ses points forts et points faibles dans la négociation.

### **Maitriser les spécificités de la communication commerciale au téléphone :**

- Découvrir les principes de communication,
- Pratiquer l'écoute active,
- Moduler le ton et son rythme en fonction des phases de l'argumentation,
- Adapter son vocabulaire.



### **Bien connaître son entreprise et ses produits pour savoir en parler :**

- Savoir présenter positivement son entreprise,
- Connaître l'offre et les services proposés par l'entreprise.

### **Préparer ses appels :**

- Développer un argumentaire,
- Organiser son environnement pour optimiser son temps,
- Programmer les relances.

### **Les techniques de mise en confiance avec un client :**

- Percevoir les évolutions de son comportement à chaque étape de la relation,
- Questionner pour affiner les attentes du client et savoir relancer son intérêt,
- Identifier les sources de stress et les symptômes correspondants chez son client.

### **Savoir mener un entretien client :**

- Faire adhérer, faire naître le réflexe client, poser des points d'ancrages,
- S'affirmer pour préserver ses propositions tout en maintenant la relation,
- Savoir identifier les accords partiels ou intermédiaires,
- S'entraîner à recevoir et désamorcer l'objection, refuser une demande inacceptable,
- Reformuler la confirmation de l'engagement du client.

### **Savoir conclure :**

- Verrouiller les points d'accord.