



## PROSPECTER POUR VENDRE

### PUBLIC

---

Chargés de vente sédentaires ou assistantes commerciales.

### OBJECTIFS OPERATIONNELS

---

- Organiser son action de prospection,
- Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés.

### PRÉ REQUIS

---

Appartenir à un service commercial.

### DURÉE ET LIEU

---

2 jours ou 14 heures.

### PROGRAMME

---

#### **Les spécificités de la communication commerciale au téléphone :**

- Pratiquer l'écoute active,
- Moduler le ton et son rythme en fonction des phases de l'argumentation,
- Le vocabulaire adapté.

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

- Définir sa cible,
- Constituer son fichier de prospection,
- Connaître l'organigramme de la société et les services relais,
- Connaître l'offre et les services proposés par l'entreprise,

#### **Préparer ses appels :**

- Mettre en place le dossier client,
- Organiser son environnement pour optimiser son temps,
- Programmer les relances.



### **Les techniques de mise en confiance du client :**

- Franchir les différents barrages,
- Percevoir les évolutions de son comportement à chaque étape de la relation,
- Questionner pour affiner les attentes du client et relancer son intérêt,
- Développer une relation de confiance,
- Identifier ses sources de stress et les symptômes correspondants.

### **Mener l'entretien :**

- Faire adhérer, poser des points d'ancrage,
- S'affirmer pour préserver ses propositions tout en maintenant la relation,
- Identifier les accords partiels ou intermédiaires au fil de l'entretien,
- Accepter et désamorcer les objections,
- Refuser une offre inacceptable,
- Repérer les signaux d'achat.

### **La conclusion :**

- Verrouiller les points d'accord,
- Reformuler la confirmation de l'engagement du client.

### **Assurer le suivi de sa prospection :**

- Créer un rythme de prospection,
- Établir un plan de relance et de suivi,
- Faire de chaque client un apporteur d'affaire.