



LA TELEPROSPECTION et ses outils

Initiation

Objectifs :	
Etre capable de créer sa propre base de données en fonction de l'Existant et des objectifs. Utiliser le téléphone pour qualifier des fichiers et prendre des rendez-vous. Construire des outils de prospection : argumentaire, réponse aux objections. Adapter sa prospection aux entreprises.	
PUBLIC	Les personnes travaillant dans un service client et devant prospecter
PRE REQUIS	Aucun
ORGANISATION	Durée : 2 Jours (14h) Matériel : Un support de cours + pc Nombre de Stagiaires : Minimum : 1 personne et Maximum : 6 personnes
FORMATEUR	Formateur ayant une expérience confirmée du marketing et du commercial
PEDAGOGIE	Pré-évaluation des besoins. Entretiens individuels et/ou collectifs. Mise en situation Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Réalisation lorsque le temps le permet des créations de projets personnels. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
MODULE SUIVANT	
HANDICAP	En cas de situation de handicap, contactez-nous pour connaître l'accessibilité à la formation en fonction de nos partenaires handicaps

PROGRAMME

1) Organiser sa prospection pour plus d'efficacité : - le fichier, le ciblage contact - l'évaluation de la prospection pour mieux connaître ses clients. - le mailing - préparation matérielle : la fiche-prospect - la planification de la prospection - se fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs 2) Bien communiquer au téléphone : - la communication au téléphone : débit, volume, sourire, vocabulaire... - l'écoute active et l'écoute passive - comportements et attitudes 3) Développer l'argumentaire : - l'identification de l'interlocuteur - la présentation de la société - l'accroche - La découverte - L'argumentaire personnalisé - le traitement des objections - la conclusion : prise de RDV, questionnaire d'enquête, invitation... - La porte ouverte - La prise de congé	4) Le suivi de la prospection - la relance - la fidélisation - Les plans d'action Au-delà de la simulation, de vrais appels vers vos prospects sont réalisés pendant la formation sous la supervision du formateur.
---	---

