

Objectif de la formation:

- Acquérir les bases du « marketing » téléphonique en les intégrant dans l'activité commerciale
- Utiliser les techniques de vente afin de développer un portefeuille client-prospect
- Préparer l'entretien commercial et négocier et défendre ses marges
- Développer l'écoute et rechercher les besoins client

Prérequis, Public

- Aucun
- Assistants commerciaux, commerciaux, chefs d'équipe

Nombre de stagiaires :

Jusqu'à 10 p

Durée

2 jours soit 14 h

Contenu

Les différents types de prospection

- La prospection directe et physique
- La prospection téléphonique

La préparation aux appels

- Lieux, état d'esprit, durée.
- Qualification du fichier.
- L'argumentaire

L'entretien téléphonique

- La voix
- Les mots utilisés,
- Les barrages et objections
- La reformulation

La prise de rdv téléphonique ou réception d'appels

- Proposer rapidement le rdv
- Gérer l'agressivité de l'interlocuteur
- La prise de congés
- La motivation après l'échec
- Le suivi des relances

Les techniques de base

- Les différentes phases de la vente
- Les fondamentaux de la vente
- CROC, CAP, SONCASS, SWOT

La création d'outils

- Etablir un devis ou un courrier, établir des modèles
- Respecter les styles, orthographe, grammaire, structure de phrases

Développer l'écoute active

- La détection des besoins (réels ou cachés) par le biais des techniques de l'écoute active

Les étapes de l'entretien

- Les règles de présentation personnelle, courtoisie
- La prise de contact
- La présentation de l'entreprise
- La découverte des besoins client
- Construire un argumentaire
- La réponse aux objections

La négociation lors de l'entretien

- Comment préparer son entretien et sa négociation ?
- Définir un objectif
- Les questions ouvertes
- Comment aborder le prix ?

Conclure efficacement

- Comment Finaliser la vente ?

La relance téléphonique et physique

- Etablir des plans d'actions réguliers
- Relancer efficacement

L'organisation commerciale

- Organiser son agenda
- Economie de trajets
- Construire un plan d'action commercial

Méthodes et moyens pédagogiques :

La formation est composée de 30 % d'apports théoriques et de 70 % d'apports pratiques sous forme de jeux de rôles.

Une attestation sera remise aux stagiaires.