

→ Techniques de prospection téléphonique

Réf : PRO

Objectif

Apporter un support efficace à la force de vente, rendre les actions commerciales plus dynamiques, maîtriser les outils de la téléprospection, comprendre les missions du téléprospecteur

Public

Commerciaux, personnel de service de marketing, téléprospecteurs, téléacteurs, téléenquêteurs

Pédagogie

- la mise en pratique de cas professionnels

Durée

2 jours (soit 14 heures)

Prix

Inter : 560 € HT/jour (soit 1120 € HT pour 2 jours)

Intra : Nous consulter

PREPARATION DE L'APPEL

Connaître sa cible

Elaboration du guide argumentaire

Les différents éléments à prendre en compte pour transformer l'appel en appel positif

Définir les objectifs de l'appel

Définir la stratégie de l'appel

Organiser l'appel en terme de moyens

LES ASPECTS DE LA COMMUNICATION

Relationnel

Physique (sourire, placement de sa voix, gestion de son expression)

Opérationnel

Organisationnel

Avoir les bonnes attitudes au téléphone

GESTION DE L'APPEL

Techniques de prise de rendez-vous

Gestion d'agenda

Apprendre à savoir-faire preuve de conviction

Réussir la prise de contact

Faire parler le client

Les termes à utiliser

Les termes à proscrire (mots noirs)

LES PHASES IMPORTANTES DE L'APPEL

Contact : s'approcher de l'interlocuteur (phase de personnalisation, instaurer un climat de confiance)

But : exposer le but de l'appel (phase d'implication, capter l'intérêt de l'interlocuteur)

Découvrir : (phase de découverte, identifier les besoins réels de l'interlocuteur)

Convaincre : (phase d'accord, avoir une conclusion efficace, adapter sa solution aux besoins du prospect)

TRAITEMENT DES OBJECTIONS

Identifier les différentes objections possibles

Répondre efficacement à ces objections

SUIVI DES APPELS

Savoir analyser son appel

Relances téléphoniques suite à un envoi de mailing

Appel de fidélisation / rétention

Appel de fidélisation / de rétention