

OBJECTIF :

- Cibler et se constituer une base de prospects.
- Prendre contact avec des décideurs.
- Engager la découverte des besoins

PUBLIC VISÉ :

Tous salariés en relation avec la clientèle

PRÉ REQUIS :

Aucun

DURÉE, DATES, LIEU, HORAIRES :

14 heures, sur 2 jours

En entreprise ou dans notre centre de formation

Horaires et dates : cf. convention ou offre de formation

MODALITÉ D'ORGANISATION :

Formation en groupe jusqu'à 10 personnes

Connexion internet obligatoire - En présentiel

MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES :

- 1 salle de formation équipée d'ordinateurs ou de tablettes connectées à internet
- Support de cours, livret stagiaire
- Formateur spécialisé
- Apports théoriques sous formes d'exposés, illustrations, photos, cas pratiques

TARIF :

3 900,00€ HT - Groupe de 10 personnes

Personne en situation d'handicap :

Contactez Fégré Formations 06.16.01.33.27

Etablissement accessible aux personnes handicapées

• LES BASES D'UNE PROSPECTION EFFICACE

Prioriser ses cibles...

Adopter la bonne posture : Comprendre ce qui peut intéresser ou dissuader le prospect

Organiser son action de prospection : logistique, agenda, horaires...

• LES PRINCIPES POUR RÉUSSIR AU TÉLÉPHONE

Connaître les spécificités de la communication à distance

Se fixer le bon objectif

Se mettre en condition de réussite

Structurer sa démarche

• PASSER LES DIFFÉRENTS BARRAGES

Adapter sa stratégie relationnelle

Préparer les parades aux barrages

Varié les approches et rester efficace

• QUALIFIER LE PROSPECT

Recueillir les informations clés

Identifier les interlocuteurs clés dans le circuit de décision

Engager la découverte (enjeux, besoins, motivations)

• PRENDRE UN RENDEZ-VOUS

Maîtriser les différentes accroches pour motiver le prospect à nous recevoir

Prendre le rdv et optimiser son organisation commerciale

Conclure l'appel

Analyser son activité et identifier des pistes de progrès

Moyens pédagogiques

- Apport des intervenants
- Interactions par le biais de cas pratiques et de mise en situation

Objectifs applicables

- Créer un environnement de travail favorable au travail de chacun et à la performance globale des équipes
- Développer la culture de l'écoute et du feed back
- Désamorcer les blocages ou problèmes relationnels individuels ou collectifs

METHODES PÉDAGOGIQUES :

Tour de table de positionnement préalable afin de permettre au formateur de vérifier l'adéquation du parcours de chaque stagiaire et d'adapter son déroulé pédagogique.

Le formateur suit un plan précis pour aborder progressivement tous les points du programme.

Partie théorique : Alternance d'apport théorique par le formateur à l'aide d'un exposé par vidéoprojecteur et d'exercices en groupe, d'échanges d'expériences, de démonstration et d'explications sur paperboard.

SUIVI - ÉVALUATIONS :

Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.

L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.

Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant