

Le téléphone, outil de prospection et de vente

❖ ORGANISATION DE CETTE FORMATION

Durée : 2 jours

1er jour : 9h30 / 12h30 - 13h30 / 17h30

2ème jour : 9h / 12h30 - 13h30 / 17h

❖ PUBLIC CONCERNE

Toute personne amenée à prospecter par téléphone.
Les structures de télévente, de téléprospection et les forces commerciales.

❖ OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- > Améliorer la performance commerciale par une meilleure structuration de ses entretiens
- > Mettre en œuvre les techniques de communication et de négociation avec l'outil téléphone
- > Organiser son travail et se créer les outils indispensables à la gestion et au suivi des contacts

❖ THEMES ABORDES

- > La place du téléphone dans la stratégie commerciale
- > Champ d'application du téléphone dans la vente :
 - L'émission d'appels
 - L'accueil téléphonique
 - Les appels provoqués
- > Les spécificités de la vente par téléphone :
 - Les facteurs d'influence
 - L'interactivité et la rapidité
 - La déperdition
- > L'appel gagnant :
 - La préparation :
 - Le plan de travail
 - Le fichier
 - Les horaires d'appels
 - Le support d'information
 - Création du guide d'entretien
 - Création de l'argumentaire
 - Les facteurs de communication : ton, sourire, amabilité, débit, langage, écoute et attitude physique
 - La prise de contact :
 - Présentation
 - Recherche d'un bon interlocuteur
 - Capter l'attention
 - Analyse du besoin
 - Présentation et argumentation
 - Réponse aux objections
 - La conclusion
 - Le suivi et la gestion des informations et des rappels

> Exercices d'appels réels