

Gestion de portefeuilles - Prospection

Réussir ses prises de rendez-vous téléphoniques en B to B

2 jours (14h00) | ★★★★★ 5/5 | DCPROS-BTB | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Management > Développement commercial > Gestion de portefeuilles - Prospection



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Planifier une campagne de téléprospection
- Cibler et qualifier vos fichiers
- Obtenir un rendez-vous
- Franchir les barrages et savoir rebondir
- Adopter l'attitude "téléphone".

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Public concerné

Ingénieurs commerciaux, commerciaux, téléprospecteurs, assistants commerciaux.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

Préparer sa prospection téléphonique

- Connaître son entreprise, connaître son marché (difficultés, exigences, concurrence...)
- Déterminer ses cibles par potentiel, secteur géographique...
- Avoir un objectif d'appel, les techniques d'accroche au téléphone, se crédibiliser pour avancer dans l'entretien
- Les outils et documents d'aide à prévoir
- Quel est l'environnement qui favorise le plus la dynamique de prospection par téléphone ?

Le premier contact au téléphone

- Identifier le "décideur" et créer la relation "envie" à son prospect
- Les premiers mots : ce qu'il faut éviter de dire
- Repérer "l'humeur" de l'interlocuteur
- Répondre aux premières objections pour donner
- Les infos utiles à collecter
- Quelles questions pour quelles réponses ?
- Combien de temps doit durer un entretien téléphonique de qualité ?

Structurer un entretien téléphonique

- Comprendre ce qui anime un client à acheter, ses motivations, ses réticences au téléphone
- Les phases d'une prise de rendez-vous efficace
- Les avantages de l'alternative
- Les techniques de traitement d'objections
- Faut-il traiter toutes les objections au téléphone ou s'en servir comme tremplin ?
- Conclure positivement l'entretien et projeter son prospect dans "l'atteinte" d'une solution

Savoir relancer ses prospects

- Personnaliser le contexte et la relation
- Faire le point des accords et des points en suspens
- Repérer et décoder les comportements "acheteurs" ou "non acheteurs" du prospect
- Signaux d'achat ou "manipulation"
- S'imposer dans l'entretien et le valoriser

Organiser le suivi de la prospection

- Quel temps consacrer au suivi ?
- Comment répartir la préparation, la prospection, le suivi ?
- Gérer les fiches de compte-rendu prospect
- Avoir des tableaux de bord d'analyse
- S'auto-analyser pour définir ses propres axes de progrès

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Modalités d'évaluation des acquis

L'évaluation des acquis se fait :

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)