



PROGRAMME DE FORMATION

En présentiel

À distance

3 jours

## PROSPECTER DE NOUVEAUX CLIENTS AU TÉLÉPHONE

### OBJECTIFS DE FORMATION

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Prendre des rendez-vous par téléphone
- Vendre des projets à de nouveaux clients
- Développer sa position de commercial au téléphone

### PARTICIPANTS

- Toute personne souhaitant acquérir les méthodes de prospection commerciale

### PRÉREQUIS

- Aucun

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ACTIVES

- Questionnaire de positionnement
- Méthodes pédagogiques interactives tenant compte de l'expérience du stagiaire, du contexte et de la réalité du travail
- Les apports théoriques et méthodologiques seront illustrés par de nombreux exercices pratiques et mises en situation
- Mises en situation avec enregistrement d'appel sur des cas proposés par les participants,
- Support individuel de formation

### ÉVALUATION

- Évaluation formative réalisée par l'intervenant tout au long de la formation afin de mesurer les acquisitions et les progressions
- Évaluation des acquis

### LES PLUS

- PAI : un plan d'actions individuel sera formalisé en fin de formation.
  - Programmes ajustables à vos attentes
  - Accompagnement personnalisé
  - Option démarche qualité :
- SQF – Suivi Qualité Formation : Synthèse détaillée et bilan du formateur.
- Cette formation est accessible à toute personne en situation de handicap, contact référent handicap au 02 43 61 08 47
  - Une expertise<sup>2</sup> de nos formateurs : technique et pédagogie active

### PROGRAMME DE FORMATION

#### 1. Comprendre les enjeux d'une prospection client

- Pourquoi prospecter ?
- La définition d'une prospection efficace
- Les compétences du commercial et de son assistant(e)

#### 2. Identifier les étapes de la vente de prestation

- Les 6 étapes de la prospection commerciale
- Les comportements positifs /étape
- La boîte à outils du commercial et de son assistant(e)

#### 3. Préparer ses rendez-vous clients

- Le ciblage client le – les catégories
- La prise de rendez-vous au téléphone
- L'organisation et la gestion du temps commercial

#### 4. Se présenter et créer le climat de confiance

- Savoir se présenter professionnellement
- Présenter l'entreprise avec ses atouts
- Être à l'aise avec son interlocuteur

#### 5. Créer le besoin et découvrir les attentes du client

- Utiliser les 7 questions clés
- Les motivations d'achat – méthode SONCAS
- Le guide de découverte

#### 6. Argumenter sur les forces de l'entreprise

- La construction d'un argumentaire commercial
- Les objections des prospects
- Les réponses aux questions pièges

#### 7. Vendre le projet / le rendez-vous

- Développer sa force de conviction
- Défendre son projet
- Les techniques de conclusion

#### 8. Utiliser les techniques de communication

- L'aisance commerciale
- L'affirmation de soi
- Savoir s'imposer sans le montrer

#### 9. Construire sa démarche de progrès

- Les axes de progrès individuels
- Le plan d'actions
- La mise en œuvre du changement de pratique