

Osez la **prospection téléphonique** : développez votre capacité à convaincre et vendre par téléphone

26, c'est le nombre de fois que nous consultons notre téléphone par jour. Et si nous redécouvriions les vertus de cet objet familier ? Aux mots prospection téléphonique, certains font des poussées. Pourtant, il n'a jamais été aussi facile de prospecter par téléphone. Adoptez les techniques incontournables, créez de nouvelles opportunités. Ici pas de magie ; des efforts, de la technique et un zeste d'audace sont les ingrédients de votre réussite. OSEZ, ça marche !

Public : commerciaux(ales) sédentaires et conseillers(ères) en service client

Durée : 1 à 2 jour(s)

Tarif : 1200€ HT par jour en intra-entreprise tout compris (France entière)

Objectifs :

- ✓ Développer des qualités relationnelles avec une méthode adaptée
- ✓ Faciliter la détection des besoins de vos prospects, avec une structure pertinente
- ✓ De la conquête à la fidélisation optimiser pour transformer chaque contact en opportunité

1. Le téléphone : utiliser votre meilleur ami

Lever les freins inhérents à la prospection téléphonique

L'impact des stéréotypes sur notre action

Entretenir la motivation, être vigilant sur son état d'esprit

Le téléphone à l'ère du digital

Passer du cold call au warm call

2. Développer une communication professionnelle

Prendre confiance et développer une aisance relationnelle

Définir son canal de communication

Réfléchir à sa posture de négociateur

Comprendre en quoi le discours favorise les échanges

Développer une attitude favorable à la communication

Maîtriser les techniques relationnelles pour mener à bien votre entretien

Trois qualités essentielles : l'écoute active, l'empathie, la directivité

Mesurer votre niveau de susceptibilité

Intégrer le discours professionnel tout en restant naturel

Savoir gérer son stress et celui de son interlocuteur

Savoir utiliser les mots favorisant l'adhésion de votre interlocuteur

3. Adopter une stratégie efficace

La préparation, seulement si vous voulez gagner du temps et de l'argent ;

Quel type d'appel : Conquête ou fidélisation

Quels sont mes objectifs : Relance, prise de contact, rendez-vous, recommandation

Les différents types d'interlocuteurs, ce qui intéresse votre client c'est LUI !

Le SONCAS – Adaptez-vous !

Faire la différence entre le besoin et la motivation

Maîtriser les techniques de reformulation, sans être un perroquet !

Construire une trame pour être efficace et pertinent

L'objection : ET 1 et 2 et 3

Aller chercher l'engagement et maîtriser les techniques de conclusion

Notre méthode : Mises en situation avec corrections individuelles et débriefing permettant le retour sur expérience, Élaboration d'un bilan et d'un plan d'action pour chaque participant. Mise en application immédiate de conseils