

## LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

**Public visé :** Tout public : salariés, TNS, demandeurs d'emploi, tout âge. Cette formation peut recevoir une mixité de publics. Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant assurer une prospection téléphonique.

**Prérequis :** Aucun prérequis, pas de niveau obligatoire pour l'entrée en formation.

**Accessibilité :** Formation accessible aux personnes à mobilité réduite. Pour les personnes en situation de handicap, merci de prendre contact directement avec l'organisme de formation.

**Possibilités de financement :** Plan de formation entreprise, financement personnel, fonds propres entreprise.

**Durée de la formation :** 14 heures

**Délai d'accès :** Voir délai d'accès sur notre site internet : <https://www.mpact-formation.com/se-former/vente/>

**Modalités d'intervention :** Formation en présentiel - Inter ou Intra entreprise - Individuelle ou en Groupe de 3 à 10 personnes

**Intervenante :** PENNACCHIO Marlène, formatrice et coach professionnelle certifiée, spécialisée en techniques de communication, vente et management. Plus de 6 ans d'animation - Bac +3 Management commercial

**Lieu de réalisation :** En centre au 400 Avenue du Passe Temps 13400 AUBAGNE ou sur site

# LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

**Objectif de la formation :** Acquérir les techniques et les outils de la prospection téléphonique

**Objectifs pédagogiques :** A l'issue de la formation, le stagiaire est capable de :

- Analyser le marché et la cible de l'entreprise
- Identifier les différentes approches des prospects
- Utiliser les outils de la prospection téléphonique
- Constituer un fichier prospect / client
- Conquérir de nouveaux clients
- Fidéliser la clientèle
- Réaliser un argumentaire téléphonique

**Moyens et méthodes pédagogiques :**

- Animation participative et par l'expérimentation, basée sur les attentes des stagiaires et les principes de l'andragogie
- Démonstrations et explications théoriques soutenues par un diaporama
- Mise en situation par des jeux de rôles et exercices d'appropriation des techniques de communication et de vente
- Bilan personnel et exercices pratiques avec des apports méthodologiques
- Remise au stagiaire d'un support pédagogique
- Outils pédagogiques : Tableau blanc - Ordinateur portable - Paperboard - Diaporama - Vidéo projecteur

**Modalités de suivi et d'évaluation :**

- Évaluation réalisée à l'issue de chaque séance afin de déterminer la progression et les axes d'amélioration
- Questionnaire d'évaluation des notions abordées à l'issue de la formation
- Attestation de fin de formation remise à chaque stagiaire mentionnant les résultats de l'évaluation de l'atteinte des objectifs de la formation
- Émargements des stagiaires par demi-journée et questionnaire de satisfaction à chaud

# LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

## Contenu de la formation :

### 1/ La démarche commerciale

Comprendre et se repérer sur le marché, la cible  
Analyse du marché à l'aide la grille de SWOT :  
- Opportunités / Contraintes du marché  
- Forces / Faiblesses de l'entreprise  
La concurrence, les clients, le positionnement de l'entreprise sur le marché  
La veille commerciale : Définition de la veille commerciale, mettre en place une veille (à l'aide de ses clients, de la concurrence, de son entreprise)  
Développer la notoriété de l'entreprise  
La définition de sa stratégie commerciale  
Le plan d'action  
Détermination des objectifs de vente  
Augmenter le portefeuille de l'entreprise

### 2/ Les outils pour réussir une prospection téléphonique

Les techniques de vente (Les outils d'aide à la vente) :  
4X 20 : Réussir son entretien pour instaurer la confiance  
La formule d'accroche  
Le script : Argumentaire téléphonique  
Les objections / Les réfutations  
L'écoute active : faire parler le client pour mieux le connaître  
Techniques de reformulation  
Identifier les motivations d'achat  
Construire et utiliser l'argumentaire SONCAS /CAP  
Traiter les objections selon Méthode CRAC  
Techniques de conclusion  
Exercice de rédaction des outils d'aide à la vente

### 3/ Préparation de son action de prospection téléphonique

L'espace de travail et le matériel  
Le prospect : définir sa cible et le secteur géographique  
Constituer son fichier de prospection : personnalisation du document  
Affiner son fichier : potentiel et accessibilité  
Rappels sur le savoir être en communication et des outils vus dans le précédents cours illustrés d'exemples sur des étapes d'entretien de vente  
Pratiquer les étapes de l'entretien téléphonique  
Objectif : Décrocher un rendez-vous !  
Passer les barrages de la secrétaire : les différentes techniques  
Maîtriser l'accroche téléphonique : susciter l'intérêt de son interlocuteur  
Conditions psychologiques  
Technique d'appropriation des techniques de vente  
La formule d'accroche  
Le script : Argumentaire téléphonique  
Les objections / Les réfutations  
La qualification du fichier prospect sur une base de donnée

### 4/ Appropriation des outils par des training terrain

Révéler votre profil de vendeur  
Apprivoiser le téléphone : se mettre en condition mentale  
S'entraîner à parler « naturellement » au téléphone en s'appropriant le script  
Réaliser un auto diagnostic de ses attitudes spontanées en matière de communication par téléphone  
Prise de conscience de sa voix, de son débit, de son intonation  
Se positionner dans sa démarche de prospection avec un plan de progrès  
Identification du non verbale : le sourire au téléphone, l'enthousiasme, le dynamisme  
Détecer les mots à bannir et gagner en confiance au téléphone