

Prospecter et gagner de nouveaux clients

PRÉPARER SA PROSPECTION POUR OPTIMISER SES CHANCES

Se fixer des objectifs
 Trouver ses sources de prospection
 Construire et optimiser ses outils
 Trouver les bons interlocuteurs
 Organiser son suivi

CONNAÎTRE LES TECHNIQUES ET ATTITUDES DU TRAITEMENT DES OBJECTIONS TÉLÉPHONIQUES POUR PASSER LES DIFFÉRENTS OBSTACLES ET OBTENIR LE RDV

Réussir le premier contact
 Savoir passer les barrages
 Faire la différence dès les premières secondes
 Développer un langage positif
 Anticiper et traiter les objections

DÉCOUVRIR LES CLÉS DE LA COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE POUR RÉUSSIR SA PROSPECTION

Découvrir son client par l'art du questionnement
 Se mettre en écoute active et rebondir sur les informations données ; travailler sur sa confiance en soi
 Structurer son discours pour susciter l'intérêt du prospect
 Susciter les besoins et comprendre les motivations
 Maîtriser les silences, le rythme, le ton verbal
 Développer ses capacités d'adaptation afin de garder la maîtrise de l'entretien
 Reformuler, personnaliser, proposer sans imposer

SAVOIR CONCLURE ET DÉCLENCHER LA PRISE DE RENDEZ-VOUS

Clôturer efficacement l'entretien pour une prise de RDV concrète (lieu, durée, objectif, interlocuteurs...)
 Saisir l'opportunité de proposer un rendez-vous
 Optimiser une relation de qualité

RÉFÉRENTS PÉDAGOGIQUES

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...

OBJECTIFS

Construire ses propres outils de prospection: guide d'entretien, de réponse aux objections
 Maîtriser toutes les étapes d'une prospection réussie
 Acquérir par l'entraînement les bonnes pratiques et les bons réflexes comportementaux

PRÉ-REQUIS

Être en relation avec les clients et prospects

PUBLIC

Tous collaborateurs commerciaux sédentaires ou itinérants qui ont des objectifs de prise de rendez-vous téléphoniques et/ou de ventes

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Test de positionnement
 Recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
 Apports théoriques (10%) , mises en pratique (70%) et échanges (20%)

APRES LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Possibilité de contacter le formateur pendant 2 mois formateur@naxis.fr

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, cas pratiques

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Cas pratiques

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction
 Bilan du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation
 Attestation de présence
 Validation des compétences

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

DATES

Voir planning