



Mise à jour nov. 2023

Téléprospection, fidélisation et relance client

Nantes / Rennes : 1260 € HT

Brest / Le Mans : 1260 € HT

Certification : NON

Durée 2 jours (14 heures)

« Délai d'accès maximum 1 mois »

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- Faire du téléphone un outil efficace, productif
- Développer ou améliorer ses compétences en matière de prospection téléphonique
- Fidéliser et entretenir la relation clients dans la durée

PARTICIPANTS

- Personne souhaitant assurer une mission commerciale

PRE-REQUIS

- Pas de pré-requis spécifique

MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Remise d'un support de cours.

MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles,
- Sanction finale : Certificat de réalisation, certification éligible au RS selon l'obtention du résultat par le stagiaire

MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard. Nous préconisons 8 personnes maximum par action de formation en présentiel

MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES EN CAS DE FORMATION DISTANCIELLE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation uniquement synchrone en temps réel et entièrement à distance. Lors de la classe en ligne, les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Les formations en distanciel sont organisées en Inter-Entreprise comme en Intra-Entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage (support de cours, labs) ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré. Nous préconisons 4 personnes maximum par action de formation en classe à distance

ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.

A L'ATTENTION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Programme de formation

Mutations structurantes des marchés (01h00)

- Transformation des canaux de communication
- Attentes du consommateur

Identifier son style commercial (01h30)

- découvrir les différents styles de vente
- bien se connaître pour mieux vendre
- Atelier : auto-diagnostic de son style de vente

Le plan d'action du commercial (02h30)

- analyser son portefeuille clients
- analyser les acteurs en présence
- analyser les forces de son offre
- établir son plan d'action commercial
- Atelier : réalisation de son propre plan d'action commercial à partir de la méthode SWOT

Réussir sa prise de contact : savoir susciter l'intérêt chez le client (03h00)

- bien cibler sa clientèle (CSP+, retraités, profession libérales, jeunes, etc.)
- développer une argumentation persuasive
- acquérir les techniques de communication fondamentales
- s'organiser dans sa prospection : gestion des relances, appels aux bons moments...
- Atelier : développer son argumentaire
- Mise en situation : obtenir un rdv et discuter avec le client

Réussir ses entretiens de vente (03h30)

- préparer son rendez-vous : facteur clé de succès d'un entretien de vente réussi
- identifier le profil de son interlocuteur
- Anticiper /découverte les besoins du client (voyage de noce, détente, etc.)
- présenter son offre
- répondre aux objections
- conclure et engager à l'achat
- Mise en situation : la phase de découverte du client

Fidéliser et entretenir la relation dans la durée (02h00)

- entretenir son réseau
- connaître le cycle d'achat de son client
- engager vers une relation durable
- Atelier : différents moyens de fidéliser les clients