

Programme de Formation - présentielle

Intitulé : PROSPECTER ET VENDRE PAR TÉLÉPHONE

(14 heures)

Public visé par la formation et Pré-requis :

Cette formation s'adresse à toute personne en charge de prospection commerciale, qui souhaite se perfectionner en intégrant de nouvelles compétences.

Ne nécessite pas de pré-requis mais il est souhaitable d'avoir suivi la formation les « Fondamentaux de la vente »

Être à l'aise sur l'outil informatique et au téléphone

Métier et fonctions concernées par cette formation : dans le commerce, la vente ou la prestation de services, dont les appellations les plus

fréquentes sont les suivantes :

- Commercial (e) sédentaire;
- Technico-commercial (e) ;
- Conseiller (ère) Service Client à Distance ;
- Conseiller (ère) Clientèle. Chargé(e) de clientèle ;
- Chargé(e) d'assistance ;
- Téléconseiller (ère) et télévendeur (euse).

Aptitudes requises :

Motivation, organisation, rigueur, autonomie

Être disponible, Goût des contacts humains

Bonne résistance physique

Bonne élocution (maîtrise correcte du français)

Objectifs de la formation :

- ⊙ Organiser son action de prospection et obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés.
- ⊙ Développer son argumentaire de vente selon la stratégie commerciale (faire face aux objections, etc.)
- ⊙ Savoir organiser ses actions commerciales.
- ⊙ Donner envie au prospect de changer de fournisseur.
- ⊙ Entretenir son énergie de chasseur.

Moyens et méthodes pédagogiques :

Alternance entre apports théoriques et entraînement à la prospection et la vente par téléphone.

supports écrits conçus par les formateurs et remis aux stagiaires

Exposés didactiques oraux à partir de diaporamas :

- diaporamas remis aux stagiaires sur clé USB.

Cas pratiques professionnels et mises en pratique par simulations :

- des jeux de rôle filmés pour assimiler la méthodologie et analyse des pratiques ;
- des ateliers de groupe pour bâtir en commun des outils d'aide à la vente.

1 Kit de simulation d'entretien téléphonique.

1 ordinateur par stagiaire (logiciel de CRM Cegid Business suite).

Évaluation de la formation/sanction de la formation :

Grilles de positionnement et de progression en début et en fin de formation ;

Évaluation permanente : chaque fin d'exercice de mise en application : auto-évaluation réalisée par le stagiaire sous contrôle du formateur ;

Feuilles d'émargement (signature quotidienne par demi-journée du stagiaire et du formateur) ;

Évaluation en fin de session sur support écrit (fiche d'évaluation à chaud Web et/ou papier modèle AGEFOS) puis échanges oraux

Hot line par téléphone ou Internet (2 mois) ;

Suivi à 3 mois par grille envoyée par courrier électronique.

Validation :

Attestation individuelle de compétences délivrée en fin de formation.

Validation possible du CCP n° 2 du titre professionnel « Conseil Client Relation à Distance ».

Qualité du ou des formateurs :

Isabelle Tabouret – formatrice pour adultes et professionnel de la vente et du commerce (expérience de plus de 10 ans)

Philippe Buccaro – formateur pour adultes et professionnels en marketing, vente et négociation commerciale (en France et à l'international) (expérience de plus de 12 ans)

Daniel Manivet – formateur pour adultes et enseignement en matières professionnelles Vente, Commerce (expérience de 26 ans)

Sandra Caudron Bazet – formatrice pour adultes et enseignement des matières professionnelles Vente, Marketing, négociation commerciale (expérience de 20 ans)

Durée de la formation et modalités d'organisation :

Formation en continu sur 2 jours

Durée : 14 heures soit 2 jours consécutifs

Lieux : Cannes – Nice

Dates : 19/20 avril 2018 Cannes

29/30 mars 2018 Nice

Horaires : 9h00-12h30 et 13h30-17h00 (7 heures par jour)

Pauses de 10h20 à 10h40 et de 15h20 à 15h40

Groupe de 10 personnes maximum

Contenu de la formation :

Préparer son entretien

Etudier le fichier client

Organiser son poste de travail

Définir ses objectifs

La prise de contact

Savoir se présenter

Franchir les barrières de la secrétaire

Présenter l'objet de l'appel

Etablir un contact de confiance avec son client/prospect

La découverte des besoins et l'argumentation

Découvrir les mobiles d'achats du client

Reformuler

Proposer des produits ou services adaptés à la demande

Utiliser la méthode CAP

Traiter les objections

Les différents types d'objections

Objection - Prise de rendez-vous

Objection – Vente en direct

Conclure la vente

Déceler les « feux verts » de la conclusion

Confirmer la prise de rendez-vous ou de commande

Prendre congé

Qualifier le fichier client

Compétences transverses

La méthode DIVA

Choisir les mots ou phrases pour une négociation commerciale positive

Analyser sa prestation

Savoir sourire au téléphone

Votre contact sur Nice

Paméla Poirisse

04.93.53.55.55

formationnice@ecole-escocom.com

Votre contact sur Cannes

Céline Respaut

04.92.98.08.29

formationcannes@ecole-escocom.com