

PROSPECTION TELEPHONIQUE : développer sa capacité à convaincre et vendre par téléphone



Méthode, outils... : des conseils pratiques et transférables pour **booster votre performance**



La prospection par téléphone ? Notre cœur de métier ! **Faites confiance au spécialiste !**



VOS RESULTATS EN ACTION !

- ✓ Développez vos qualités relationnelles et une méthode adaptée
- ✓ Facilitez la **détection des besoins** de vos prospects, avec une structure pertinente
- ✓ Développez **vos capacités à convaincre**

1. Le téléphone : outil de communication à part entière

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

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
Intégrer le discours professionnel tout en restant naturel
L'origine de notre base lexicale, pourquoi et comment évoluer ?
Savoir gérer son stress et celui de son interlocuteur
Savoir utiliser les mots favorisant l'adhésion de votre interlocuteur

3. Adopter une stratégie efficace

Trois qualités essentielles : l'écoute active, l'empathie, la directivité
Définir son objectif : Conquête ou fidélisation
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 : rebondir à la marque d'intérêt de votre prospect !
Aller chercher l'engagement et maîtriser les techniques de conclusion

NOTRE METHODE : 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, Enregistrement d'appels débriefés, mise en application de conseils sur poste (si intra-entreprise) / Public : commerciaux(ales) sédentaires et conseillers(ères) en service client / Durée : 1 à 2 jours / Validation par attestation de participation