



PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE ET PRISE DE RENDEZ-VOUS

Dernière mise à jour le 20/06/2023.

OBJECTIF

Développer les compétences en prospection téléphonique et prise de rendez-vous pour optimiser les résultats commerciaux.

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

- Identifier et qualifier les leads en utilisant des techniques de recherche et d'analyse.
- Communiquer efficacement en adaptant son argumentaire aux besoins du prospect.
- Gérer les objections et conclure l'appel avec succès en fixant un rendez-vous.
- Exploiter les outils numériques et les stratégies de marketing pour améliorer la qualité des leads.

PUBLIC CONCERNÉ

Professionnels en charge de la prospection commerciale, du service client et du marketing digital.

MODALITÉS D'ACCÈS

Sur inscription ou demande de devis, réalisation sous 2 à 4 semaines.

MODALITÉS DE DÉROULEMENT DE L'ACTION DE FORMATION

Formation individuelle ou en groupe dans vos locaux ou à distance en visio-conférence.

Tarif

NOUS CONSULTER

Réf.

PRO-000040

Contact

0750031226
contact@formaestro.fr
www.formaestro.fr

PRÉ-REQUIS

- Aucun

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Si vous êtes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter au préalable afin que nous puissions définir ensemble les modalités nous permettant de vous former dans les meilleures conditions.

MÉTHODES ET MOYENS MOBILISÉS

Alternance d'apports théoriques et mises en situation pratiques.



Niveau

Sans niveau de qualification



Modalité

Présentiel



Effectif par session

1 mini > 10 maxi



Durée

14 heures / 2 jour(s)



PROGRAMME

Introduction à la prospection téléphonique

- Enjeux de la prospection téléphonique dans le développement commercial
- Objectifs de la prospection : fidélisation, acquisition, qualification de leads
- Les différents types d'appels : appels entrants, appels sortants, appels de suivi

Techniques de communication pour la prise de rendez-vous

- Préparation de l'appel : recherche d'informations, définition d'objectifs, anticipation des objections
- Accroche et présentation : créer de l'intérêt, être clair et concis, gérer le temps d'appel
- Ecoute active et reformulation : comprendre les besoins du prospect, adapter son argumentaire
- Gestion des objections et conclusion : répondre aux objections, prendre congé, fixer le rendez-vous

Les outils de prospection téléphonique

- CRM et automatisation : optimisation de la gestion des contacts, suivi des appels
- Scripts d'appels : élaboration de scripts adaptés, personnalisation des arguments
- Techniques de vente et persuasion : questionnement, storytelling, influence

Stratégies de marketing digital pour améliorer la qualité des leads

- Inbound marketing : attirer les prospects grâce à du contenu de qualité
- Réseaux sociaux : identification des prospects, prise de contact, engagement
- Emailing et newsletters : segmentation, personnalisation, taux d'ouverture et de conversion

Suivi et analyse des performances

- Indicateurs clés de performance (KPI) : nombre d'appels, taux de conversion, durée moyenne d'appel
- Analyse des résultats : identification des axes d'amélioration, ajustement des stratégies
- Gestion de la relation client : satisfaction, fidélisation, feedback



INTERVENANT(S)

Formateur consultant expert dans son domaine.

ÉVALUATION

Auto-évaluation et/ou QCM pour évaluation des connaissances avant entrée en formation et évaluation des acquis en cours ou en fin de formation.

ATTRIBUTION FINALE

Attestation des acquis / Certificat de Réalisation