

Prospecter par téléphone et obtenir des rendez-vous

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : VTE - Prix 2025 : 1 480 HT

Comment faire du téléphone un instrument performant au service de l'action commerciale ?

Comment lever ses propres freins? Quelles techniques pour bien communiquer et atteindre son objectif de prise de rendez-vous ? Cette formation pratique vous propose les méthodes et outils pour une démarche réussie de prospection.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Organiser sa démarche et son temps de prospection

Développer une communication efficace au téléphone

Obtenir des rendez-vous ciblés

Développer son portefeuille client

Aborder commercialement les appels difficiles

TRAVAUX PRATIQUES

Autodiagnostic, mises en situation, jeux d'acteurs sur les comportements efficaces, jeux de rôle téléphoniques enregistrés.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 02/2024

1) Développer une communication adaptée à la prospection par téléphone

- Comprendre les spécificités de la communication au téléphone.
- Dépasser ses propres freins.
- Personnaliser la relation téléphonique et la rendre dynamique : rythme, voix, intonation.
- Construire une relation de confiance.
- Adopter une communication positive.

Exercice : Exercices sur la voix, l'écoute, le questionnement, le parler positif en utilisant les jeux d'acteurs.

2) S'organiser pour réussir sa prospection et sa prise de rendez-vous

- Évaluer les enjeux de la démarche commerciale de prospection.
- Organiser son rythme de prospection et durer dans le temps.
- Définir les critères de ciblage : matrice "atout-attraire".
- Fixer les objectifs et les étapes de sa stratégie d'action : les bonnes questions à se poser.
- Identifier les leviers potentiels de motivation du prospect.

Mise en situation : Détecter les motivations d'achat de son interlocuteur. Débriefing en groupe.

3) Réussir un appel de prospection et de prise de rendez-vous

- Conduire un entretien téléphonique : les bonnes pratiques.
- Susciter l'attention et l'intérêt de l'interlocuteur.
- Cadrer sa communication pour vendre le rendez-vous.
- Traiter positivement les objections.

PARTICIPANTS

Commerciaux, ingénieurs d'affaires, vendeurs, chargés de prospection, assistant(e)s. Tout collaborateur en charge d'obtenir des rendez-vous commerciaux.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Clore de façon positive : reformuler et conclure.

Mise en situation : Susciter l'intérêt de son interlocuteur au téléphone. Débriefing collectif.

4) Déjouer l'obstacle du "barrage"

- Planifier sa prospection pour limiter les risques.

- Surmonter le barrage : astuces et comportements à privilégier.

Mise en situation : Dépasser les obstacles au téléphone. Débriefing collectif.

5) Argumenter et traiter les objections

- Adopter le bon rythme dans sa communication : silence, rebond, reformulation.

- Accrocher l'attention de son client.

- Penser avantage/bénéfice client..

- Proposer un accord recevable par le client..

- Construire son guide des bonnes pratiques d'entretien.

Mise en situation : Traiter les objections au téléphone. Débriefing collectif.

6) Evaluer son activité de prospection

- Choisir des indicateurs d'évaluation et de suivi adaptés à son activité.

- Définir les actions pour optimiser sa performance.

Réflexion collective : Définir les indicateurs d'évaluation et de suivi de la prospection.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2025 : 23 juin, 22 sept., 17 nov.

PARIS

2025 : 16 juin, 15 sept., 03 nov.