



Téléprospection, fidélisation et relance client

Mise à jour : Fév. 2024

Durée : 2 jours - 14 heures

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- 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

PRÉREQUIS

- Pas de prérequis spécifique

PARTICIPANTS

- Personne souhaitant assurer une mission commerciale

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée
- Evaluation des acquis tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de stage à chaque apprenant
- 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

MOYENS TECHNIQUES EN PRÉSENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard

MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES À DISTANCE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation 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-Entreprises 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
- Les participants reçoivent une invitation avec un lien de connexion
- Pour toute question avant et pendant le parcours, une assistance technique et pédagogique est à disposition auprès de notre équipe par téléphone au 03 25 80 08 64 ou par mail à secretariat@feep-entreprises.fr

ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h

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

ACCESSIBILITÉ

- 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. Notre organisme peut vous offrir des possibilités d'adaptation et/ou de compensations spécifiques si elles sont nécessaires à l'amélioration de vos apprentissages

Programme de formation

Mutations structurantes des marchés

- Transformation des canaux de communication
- Attentes du consommateur

Identifier son style commercial

- 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

- 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

- 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

- 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

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