

# Le téléphone, outil de prospection et de vente

## ❖ ORGANISATION DE CETTE FORMATION

Durée : 2 jours

1er jour : 9h30 / 12h30 - 13h30 / 17h30

2ème jour : 9h / 12h30 - 13h30 / 17h

## ❖ PUBLIC CONCERNE

Toute personne amenée à prospecter par téléphone.  
Les structures de télévente, de téléprospection et les forces commerciales.

## ❖ OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- > Améliorer la performance commerciale par une meilleure structuration de ses entretiens
- > Mettre en œuvre les techniques de communication et de négociation avec l'outil téléphone
- > Organiser son travail et se créer les outils indispensables à la gestion et au suivi des contacts

## ❖ THEMES ABORDES

- > La place du téléphone dans la stratégie commerciale
- > Champ d'application du téléphone dans la vente :
  - L'émission d'appels
  - L'accueil téléphonique
  - Les appels provoqués
- > Les spécificités de la vente par téléphone :
  - Les facteurs d'influence
  - L'interactivité et la rapidité
  - La déperdition
- > L'appel gagnant :
  - La préparation :
    - Le plan de travail
    - Le fichier
    - Les horaires d'appels
    - Le support d'information
  - Création du guide d'entretien
  - Création de l'argumentaire
  - Les facteurs de communication : ton, sourire, amabilité, débit, langage, écoute et attitude physique
  - La prise de contact :
    - Présentation
    - Recherche d'un bon interlocuteur
    - Capter l'attention
    - Analyse du besoin
    - Présentation et argumentation
    - Réponse aux objections
    - La conclusion
  - Le suivi et la gestion des informations et des rappels

### > Exercices d'appels réels