LA PROSPECTION TELEPHONIQUE

KFMGC-002

MARKETING GESTION COMMERCIALE

CONTENU PEDAGOGIQUE

Bien communiquer au téléphone :
La communication au téléphone : débit, volume, sourire, vocabulaire…
L'écoute active et l'écoute passive

Développer l'argumentaire :
L'identification de l'interlocuteur
La présentation de la société
L'accroche
La proposition du produit, du service…
Le traitement des objections
La conclusion : prise de RDV, questionnaire d'enquête, invitation…

Organiser sa prospection :
Le fichier
Le mailing
La fiche-prospect
La planification de la prospection
L'évaluation de la prospection pour mieux connaître ses clients.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Utiliser le téléphone pour qualifier des fichiers et prendre des rendez-vous.

Construire des outils de prospection : argumentaire, réponse aux objections.

Adapter sa prospection aux particuliers ou aux entreprises.

METHODE PEDAGOGIQUE

Apports théoriques suivis d'exercices et de mises en situation

Techniques d'animation participatives favorisant feedback et échanges

Exploitation des acquis professionnels des participants

Utilisation d'outils directement exploitables dans l'environnement de travail

PUBLIC

Tout public

PRE-REQUIS

Etre à l'aise à l'oral

CODE CPF

DUREE

14 heures

KARUCOM
FORMATION