

FICHE ACTION

REF. LOT 3-6

Intitulé de votre action : **OPTIMISER SA PROSPECTION TELEPHONIQUE**

▶ **Public concerné :**

Commercial, assistant commercial, téléprospecteur, vendeur sédentaire.

▶ **Objectifs :**

- Organiser son action de prospection téléphonique.
- Qualifier ses prospects.
- Obtenir le rendez-vous.
- Savoir rebondir sur les refus.

▶ **Pré requis :**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

▶ **Durée en heures : 14 heures**

▶ **Points forts :**

- **Nombreuses mises en situations adaptées à la pratique et débriefées à chaud par le formateur**
- **Les participants construisent et repartent avec leurs propres outils et scénarios d'appels**
- **Conditions de formation : [salle séminaire en hôtel, repas inclus](#)**

▶ **Contenu pédagogique détaillé :**

Maîtriser l'organisation de sa prospection téléphonique

- Définir ses cibles prospects et clients
- Se fixer des objectifs clairs
- Se préparer psychologiquement et matériellement
- Construire son guide d'entretien

Déjouer les barrages téléphoniques

- Identifier les différents types de "barrages"
- Les assistant(e)s, source d'informations

Les fondamentaux de la téléprospection

- Le schéma de la communication
- Les comportements adaptés au téléphone : vocabulaire, voix, ton
- Savoir poser les bonnes questions
- Les règles de l'écoute active
- L'empathie
- La reformulation : règles et fonctions principales

La démarche commerciale au téléphone

- Vérifier l'identité de son interlocuteur
- Se présenter et présenter son entreprise
- Exprimer clairement l'objet de son appel
- Susciter l'intérêt et poser des questions
- Proposer et argumenter ses services

La réfutation des objections

- Vraie ou fausse objection ?
- Identifier les objections et les traiter positivement
- Traitement de la vraie objection
- Objections récurrentes et solutions

Concrétiser et conclure

- Quand et comment conclure ?
- Consolider l'accord mutuel
- Prendre congé

▶ **Méthodes et supports pédagogiques :** pédagogie différenciée et individualisée, alternance de théorie et de mises en pratique (50% du temps), remise de supports de cours.

▶ **Méthodes d'évaluation :** évaluation des acquis à partir d'exercices pratiques et étude de cas.