

Durée : 2 jour(s)

Objectifs

- Faire du téléphone un outil efficace, productif et utile
- Développer ou améliorer ses compétences en matière de prospection téléphonique
- Fidéliser et entretenir la relation clients dans la durée

Pré-requis

- Personne souhaitant assurer une mission commerciale
- Pas de pré-requis spécifique

Plan de cours

1. Mutations structurantes des marchés

Renversement de la distribution
Transformation des canaux de communication
Internet
Attentes du consommateur

2. Identifier son style commercial

découvrir les différents styles de vente
bien se connaître pour mieux vendre
Atelier : auto-diagnostic de son style de vente

3. 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

4. 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

5. 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

6. 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