

TÉLÉPROSPECTION, FIDÉLISATION ET RELANCE CLIENT

Durée

2 Jours

Référence Formation

5-CL-TFRE

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

Participants

Personne souhaitant assurer une mission commerciale

Pré-requis

Pas de prérequis spécifique

Moyens pédagogiques

Formateur expert dans le domaine
Mise à disposition d'un ordinateur, support de cours remis à chaque participant, vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard
Feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation, questionnaire de satisfaction, attestation de stage

PROGRAMME

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

AD PRO FORMATION - Marseille – Toulon

www.adproformation.com - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : contact@adproformation.com

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834

[version 2020]



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