TÉLÉPROSPECTION, FIDÉLISATION ET RELANCE CLIENT

Durée	**2 jours**	**Référence Formation**	**5-CL-TFRE**

Objectifs
Faire du téléphone un outil efficace, productif
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 pré-requis spécifique

Moyens pédagogiques
Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.
Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.
En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.
Formateur expert dans son domaine d'intervention
Apports théoriques et exercices pratiques du formateur
Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants
Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants
Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

PROGRAMME

Mutations structurantes des marchés
- Transformation des canaux de communication
- Attentes du consommateur

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

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

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

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

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