

## Téléprospection, fidélisation et relance client



### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- 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



### PUBLIC CONCERNE

- Personne souhaitant assurer une mission commerciale



### PREREQUIS

- Pas de pré-requis spécifique



### MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne 30 à 50%)
- Remise d'un support de cours.



### MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles



### MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.
- Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



### MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

- A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



### ORGANISATION

- Délai d'accès : 5 jours ouvrés (délai variable en fonction du financeur)
- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



### ACCESSIBILITE

- Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
- Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



### PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.



### CERTIFICATION POSSIBLE

- Aucune

# Téléprospection, fidélisation et relance client

## MUTATIONS STRUCTURANTES DES MARCHES

- 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

## REUSSIR SA PRISE DE CONTACT : SAVOIR SUSCITER L'INTERET 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

## REUSSIR 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

## FIDELISER ET ENTRETENIR LA RELATION DANS LA DUREE

- entretenir son réseau
- connaître le cycle d'achat de son client
- engager vers une relation durable
- Atelier : différents moyens de fidéliser les clients