

Référence	5-CL-TFRE
Durée	2 jours (14 heures)
Éligible CPF	NON
Mise à jour	27/11/2023

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.
- Remise d'un support de cours.



MODALITES D'ÉVALUATION

- 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 d'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