
REF 1912**DEVELOPPER SON ACTIVITE GRACE A LA PROSPECTION TELEPHONIQUE**

La prospection téléphonique demeure un mode de prospection incontournable dans les marchés B2B pour le développement commercial.

L'obtention du rendez-vous physique reste le résultat attendu de l'échange téléphonique, et obéit à des codes précis pour instaurer une relation "avec celui qui ne vous attend pas". L'appel vers le prospect peut être mis en oeuvre après une campagne d' emailing vers les ouvreurs, en appel froid, ou via une recommandation d'un tiers.

Les objectifs

- Comprendre les mécanismes implicites et explicites de l'appel téléphonique de prospection.
- Etre capable de rédiger son pitch téléphonique
- Etre capable d'écrire les argumentaires et le traitement des oppositions

Publics concernés

Cette formation s'adresse aux professionnels souhaitant développer leur activité via la prospection téléphonique.
Pré-requis : disposer de la copy stratégie donc avec les cibles et objectifs à atteindre, promesse de base, les caractéristiques du produit (reason-why).

Notre méthodologie

Notre pédagogie interactive est bâtie sur des exemples concrets d'utilisation adaptés au contexte de l'entreprise.
Formation-action : chaque apport théorique est immédiatement mis en pratique sur des canevas proposés.

Les plus de cette formation

Une pédagogie pour rédiger en direct des premières versions des différents documents et des séances filmées d'entraînement pour lever les freins. Le participant dispose des bases concrètes pour une prospection rentable, voire sous traitable à des tiers.

Nos consultants sont des business développeurs ayant aussi une expérience significative de prospection commerciale dans le B2B en startup et aussi en prestation de conseil en développement commercial, garantissant une réutilisation directe des bonnes pratiques.

Des pitches réels empruntés à d'autres métiers seront exposés pour faciliter l'apprentissage.

Programme

- Rédiger son argumentaire produit
La matrice d'analyse pour la construction de l'argumentaire - identifier les 3 priorités par thématique - Décliner son argumentaire via la méthode SONCAS
- Rédiger son pitch téléphonique
Les différents scripts - Présentation des enchaînements clés - La sémantique à utiliser - Les données à collecter - Le questionnement client lors du pitch - Rédaction du pitch : les 3 parties - Appropriation du pitch avec l'intonation.
- Rédiger le traitement des objections/questions
Les FAQ - Les questions et les réponses. Les questions classiques.
- Ateliers de simulation
La check list avant l'appel - Simulation d'appels, enregistrement et débriefing

Durée : 2 jours**Coût de la formation** :
Inter : Nous consulter
Intra : Nous consulter
Le nombre de participants maximum par session est limité à 7 personnes.
Hors frais d'hébergement et de repas et location de salle