



FORMATION  
LA PROSPECTION TELEPHONIQUE EFFICACE BtoB / BtoC

**Durée** : 2 jours (14 heures)

**Le public** :

Toute personne chargée de réaliser une prospection téléphonique.

**Pré-requis** : aucun

**L'objectif de la Formation** :

**Etre capable de :**

- ✓ Comprendre les enjeux et la puissance de la prospection téléphonique
- ✓ Préparer et organiser efficacement
- ✓ Structurer son appel
- ✓ Argumenter la proposition de rendez-vous
- ✓ Connaître les règles de communication qui facilitent la prospection
- ✓ Passer les barrages de l'assistante, Traiter les objections du décideur

**Le profil de l'intervenant** :

Consultant d'expérience spécialiste des problématiques relatives à la négociation commerciale.  
Intervenant pour de nombreuses entreprises grands groupes et PME PMI.

**La pédagogie utilisée** :

Apports théoriques & méthodologiques de l'intervenant  
Pédagogie participative, fondée des études de cas.  
Déroulement complet d'une action de l'entreprise  
Simulation d'entretien téléphonique enregistrée et analysée

**Les outils pédagogiques** :

Vidéo projection,  
Téléphones en circuit fermé, système d'enregistrement  
Caméra, Vidéo

*Remis à chaque apprenant*



**Validation des acquis** :

Quizz de validation d'acquis des connaissances méthodologiques et théoriques  
Grille d'observation et de validation des réflexes en situations (simulations analysées)

**Evaluation de la formation** :

Evaluation à chaud (questionnaire de fin de stage)





PROGRAMME PEDAGOGIQUE  
LA PROSPECTION TELEPHONIQUE EFFICACE BtoB / BtoC

**Entrée en matière :**

La prospection : Rôle et enjeux  
Statistiques, ratios clés  
Les indicateurs d'efficacité

**Organiser son activité de prospection téléphonique**

La préparation mentale : penser positif  
La question de la motivation  
La définition de sa cible : gestion d'un fichier prospect  
Le suivi des appels et des relances  
Les horaires « efficaces »  
Le tableau de bord personnel/ outils à disposition

**Structurer son appel**

Le support d'entretien  
L'accroche par la méthode AIDA  
L'adéquation des arguments avec les motivations d'achat type des clients  
La qualification et la proposition de rendez-vous  
Conclure et prendre congé

*Training analysé*

**Utiliser les techniques de communication pour mieux influencer au téléphone**

Les bases de la prospection téléphonique : attitudes, voix, écoute  
L'importance du verbal et du para verbal  
Les bonnes pratiques et les erreurs à éviter  
Repérer les signaux positifs et négatifs  
Le barrage de la secrétaire

*Training enregistré et analysé*

**Traiter les objections du décideur**

Les méthodes et les mots : les fondamentaux  
Les typologies des objections récurrentes et ses réponses possibles  
Se préparer aux différentes objections pour y répondre de manière structurée et habile  
Construire une grille de réponse  
Le traitement du non

*Exercice de construction de la grille de traitement des objections*

**Conclusions**

Evaluation à chaud  
Derniers conseils pour garder la dynamique de progrès

