

Durée : 2 jour(s)

## Objectifs

- Faire du téléphone un outil efficace, productif et utile
- Développer ou améliorer ses compétences en matière de prospection téléphonique
- Fidéliser et entretenir la relation clients dans la durée

## Pré-requis

- Personne souhaitant assurer une mission commerciale
- Pas de pré-requis spécifique

## Plan de cours

### 1. Mutations structurantes des marchés

Renversement de la distribution  
Transformation des canaux de communication  
Internet  
Attentes du consommateur

### 2. Identifier son style commercial

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

### 3. 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

### 4. 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

### 5. 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

### 6. 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