

Réussir sa prise de RDV

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Enjeux

Développer son activité sur la base de RDV prospects plus nombreux et plus qualitatifs.

Public

Tous collaborateurs agence concernés par la prise de RDV prospect ;
Commerciaux ou assistant.e débutant.es.

Prérequis

Être en possession le jour de la formation d'un fichier de 60 « prospects » qualifiés (nom des contacts, coordonnées...)

Durée

2 jours 14 heures

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation et accompagnement des agences d'emploi

Tarif

Nous consulter

Sanction

Attestation de fin de stage

Renseignements

Assolem – François Coutier
23 rue des Rancy – 69003 Lyon
06 71 61 42 59
francois.coutier@assolem.com
www.assolem.com

Les participants seront en capacité de :

- Qualifier leur fichier ;
- Passer le barrage plus efficacement ;
- Convaincre son interlocuteur de le recevoir en RDV ;
- Répondre aux principales objections.

CONTENU

Introduire les bonnes pratiques

- Le ciblage, les étapes de la prise de RDV, les facteurs clés de succès.
- Découvrir les éléments qui permettent de captiver et convaincre son interlocuteur.
- Comprendre les 4 styles d'approches possibles et développer son assertivité.

La qualification téléphonique

- Collecter les informations essentielles en matière de pratique intérim et recrutement.
- Identifier les projets des interlocuteurs et le potentiel.
- Rebondir sur une étape ultérieure ou sur la prise de RDV

Méthodologie de prise de RDV

Établir un guide d'entretien téléphonique le plus adapté à soi-même et à son environnement. Se familiariser à une méthode efficace incluant toutes les étapes de la prise de RDV.

- Passer les barrages : standard et assistant.e ;
- Convaincre son interlocuteur ;
- Répondre aux objections et lever les freins éventuels ;
- Conclure.

Training

Sur une plage de 4h (2 x 2h), les participants appliqueront cette méthode en situation réelle de prise de RDV avec leurs prospects.

Capitaliser sur le retour d'expérience collectif

- Débriefing ensemble des succès et difficultés rencontrés ;
- Améliorer les réponses à objections selon les cas rencontrés ;
- Définir les axes d'améliorations éventuels pour chacun ;
- Les trucs et astuces en cas de blocage persistant.

Mesurer les résultats commerciaux

- Comprendre et favoriser l'autoanalyse de ses résultats ;
- Mesurer les taux de transformation pertinents.

MOYENS PÉDAGOGIQUES / ENCADREMENT

- Apports théoriques (support pédagogique remis aux stagiaires) ;
- **Accompagnement individuel du formateur** ;
- Retour d'expérience ;
- Exercices pratiques (mise en situation...)
- Échanges multimodaux (individu, binôme et grand groupe) ;
- Évaluation des acquis en réel (phase training) et évaluation de la formation.