

REUSSIR SA PRISE DE RDV PAR TELEPHONE

Enjeux

Gagner en confiance et décrocher des RDV plus qualitatifs.

Public

Commerciaux, Chargé d'affaires
Consultants, R.A.
Débutants ou expérimentés

Prérequis

Préparer un fichier prospects de 60 entreprises en majorité qualifié

Durée

2 jours soit 14 heures

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation et accompagnement des agences d'emploi

Tarifs

Nous consulter

Sanctions

Certificat de réalisation

Renseignements

François Coutier

06 71 61 42 59

contact@assolem.com

www.assolem.com

OBJECTIFS

- Identifier les informations clés d'un prospect et prioriser ses actions
- Passer le barrage en adoptant la bonne attitude et le bon discours
- Convaincre son interlocuteur de nous recevoir en rdv (Tél ou physiques)
- Transformer une objection en opportunité de rdv ou de collaboration

CONTENU

Les conditions du succès au téléphone

- Les bonnes pratiques pour être efficaces
- La notion de verbal, para verbal et non verbal au téléphone. Leurs influences et comment s'en servir efficacement (entraînement)

La qualification téléphonique

- Introduire sa démarche auprès des prospects
- Collecter et retranscrire les infos clés en lien avec le CRM
- Les opportunités de rebond auprès de son interlocuteur final

Les différents styles d'approche

- Identifier les 4 styles d'attitudes possibles
- Adopter les bonnes attitudes selon les étapes clés. Favoriser l'assertivité

Solliciter et favoriser la prise de RDV plus facilement

- Passer le barrage efficacement
- Concevoir et adapter sa phrase d'accroche selon son propre contexte et selon qu'il s'agit d'un appel direct, d'un contrôle de référence ou d'une qualification
- Adapter son approche et son discours à la situation du marché (Pénurie, Covid 19, Crise...)

Répondre aux objections éventuelles

- Identifier les objections les plus probables (Accueil / Décideur)
- Adopter une méthode de traitement des objections et transformer celles-ci en opportunités.

MOYENS PÉDAGOGIQUES / EVALUATION

- Apports théoriques. Le support pédagogique est remis aux stagiaires
- Mises en situations
- Méthodes mixant les échanges interactifs et les réflexions individuelles
- Ateliers de réflexions en sous-groupes
- Appels réels sur fichier prospects en prise de RDV
- **Evaluation des acquis** : En réel lors des appels individuels
- Evaluation de la formation par les participants