

Prospecter et vendre par téléphone

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Éligible au CPF : Non

Domaine : Management du SI

Action collective : Non

Filière : Relations humaines

Rubrique : Communication

Code de formation : VMR814

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

- Mettre en place une dynamique de prospection motivante et efficace
- Déterminer les cibles et préparer son plan de prospection
- Transformer ses prospects en clients

Public visé

commerciaux

Pré-requis

Avoir une expérience commerciale

€ Tarifs

Prix public : 1480 €

Tarif & financement :

Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :

Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.

Le dispositif FNE-Formation.

L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.

France Travail: sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

CPF -MonCompteFormation

Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

PROGRAMME

Analyser et hiérarchiser son portefeuille clients/prospects

Hiérarchiser l'existant / le potentiel de développement
Atelier individuel : effectuer le mapping de son portefeuille
Boîte à outils : typologies de clients
Organiser sa prospection en fonction du mapping effectué

Définir ses objectifs et priorités

Élaborer ses stratégies en fonction des groupes du mapping
Focus : les stratégies de e-prospection
Préparer des argumentaires percutants
Planifier les actions dans le temps
Préparer au mieux sa prospection
Exploiter les données clients

Choisir les bons outils

Obtenir des rendez-vous qualifiés : réussir à franchir les barrières
Boîte à outils : rédiger un e-mail efficace, structurer un appel téléphonique, utiliser les réseaux relationnels et sociaux
Réussir son entretien
Déterminer ses objectifs SMART
Cultiver un mental de chasseur
Séduire et convaincre son prospect : susciter une appréciation favorable et durable, communication non verbale, communication persuasive
Découvrir les besoins du prospect Focus : l'entretien en face à face et par téléphone
Traiter les objections et les cas difficiles : méthode en 4 temps

Conclure en emportant l'accord

Boîte à outils : la tour du client et ses fondations
Assurer le suivi et transformer le prospect en client actif
Établir une relation à long terme
Créer l'envie chez son prospect
Boîte à outils : outils de suivi, technique de relance

📍 Lieux & Horaires

Campus : Ensemble des sites

Durée : 14 heures

Délai d'accès : Jusqu'à 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'inscription complet

Distanciel possible : Oui

📅 Prochaines sessions

Cliquez sur la date choisie pour vous inscrire :

■ 23 / 10 / 2025

📍 : Ensemble des sites

✓ : Distanciel possible

🕒 : 14 heures

📅 : 2 jours

MODALITÉS

Modalités

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.

Pédagogie : essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.

Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.

Pendant la formation : mises en situation, autodiagnostic, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

Méthode

Fin de formation : entretien individuel.

Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.

Assiduité : certificat de réalisation.

Validations des acquis : grille d'évaluation des acquis établie par le formateur en fin de formation.