



FORMATION INTRA

2 jours

# Prospecter et optimiser sa prise de rendez-vous

à partir de 1500 € net de taxe par jour

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Assurer les étapes de la prise de rendez-vous par téléphone : de la préparation jusqu'à la relance
- Construire un argumentaire
- Créer et optimiser son fichier clients
- Gagner de nouveaux clients
- Mener des actions commerciales personnalisées efficaces
- Développer une réelle démarche de vente de rendez-vous
- Développer ses succès en nombre et en qualité

## PUBLIC VISÉ

Tout public

## PRÉ-REQUIS

Sans niveau spécifique

## AIDES AU FINANCEMENT \*\*

Cap Emploi  
Opérateurs de Compétences (OPCO)  
France Travail  
Entreprise

\*\* sous conditions

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

100% Présentiel  
Mix Learning

## MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Mise en situation  
Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Processus d'évaluation des acquis tout au long de la formation  
Evaluation de fin de formation individuelle par le formateur

## MODALITÉS D'ACCÈS

Bulletin d'inscription

## ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Contactez-nous

Retrouvez toutes les informations sur  
**laho-formation.fr**

 **N° Vert 0 805 384 384**



## PROGRAMME DE LA FORMATION

**Découpage par demi-journée :****1. Les attitudes commerciales au téléphone et en face-à-face**

- Nature éléments et forme de la communication téléphonique
- Le langage para-verbal et l'expression vocale qui permettent d'instaurer un début d'entretien dynamique et chaleureux
- Les principales étapes de la transmission d'un message de vente
- Les freins à la communication
- Les mots qui vendent spécifiques aux produits proposés
- Les mots à éviter qui risquent d'être des freins à la commande immédiate

**2. La prise de RDV par téléphone**

Se préparer

- Cibler sa campagne d'appels : le QQOQCP
- Elaborer un argumentaire de prise de RDV efficace
- Se préparer psychologiquement : Avoir envie

La prise de contact et l'impact des premières secondes

- Se présenter identifier l'interlocuteur
- Transformer les « barrages » en « sésame »

La phrase d'accroche qui permet d'introduire l'objet de l'appel

- Susciter la curiosité
- Mettre en confiance pour valider l'intérêt d'un rendez-vous
- Appliquer l'appel du « oui »

**3. La prise de RDV par téléphone (suite)**

- S'entraîner à utiliser une argumentation justifiée
- Présenter une prise de rendez-vous sur la base des besoins identifiés :
- Argumenter sur le bien-fondé de votre proposition et de la prise de rendez-vous
- Vérifier la portée de l'argumentation
- La conclusion efficace
- Trouver un accord commun et conclure efficacement par un rendez-vous qualifié
- Proposer une alternative par un suivi adapté à l'appel réalisé
- Reporter le compte rendu de son entretien téléphonique pour faciliter le suivi ou le rendez-vous

**4. L'entretien de prospection en face à face**

- Savoir ouvrir l'entretien : les 3 « A »
- Faire exprimer le besoin du client
- Savoir valoriser les produits et services : le VRP
- Le traitement des objections
- Savoir inciter à prendre une décision
- Conclure un entretien

