

PROSPECTER ET FIDELISER LA CLIENTELE B TO B



**PUBLIC
CIBLE**

Collaborateurs commerciaux ou
technico-commerciaux chargés de
prospecter et fidéliser les clients



**MÉTIERS
CONCERNÉS**

Commerciaux, assistants
commerciaux



Niveau
débutant



Niveau
Expérimenté

14H

DE FORMATION

10

PARTICIPANTS
maximum par
session



Eligible FIAF



Eligible DFPC

LIEU DE FORMATION

Sur site CIPAC Formation

Inter ou intra

Théorie : 210 rue Gervolino – Magenta

Pratique : 210 rue Gervolino – Magenta

Sur site client

Intra uniquement



Les personnes atteintes de handicap
souhaitant suivre cette formation sont
invitées à nous contacter directement
afin d'étudier ensemble les possibilités
de suivre la formation.

INTER OU INTRA ENTREPRISE

PROFIL DE L'INTERVENANT

Minimum 10 ans d'expérience

Agréé DFPC, spécialisé 333 - 412 et 413

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- 1) Organiser son plan de prospection
- 2) Assurer sa préparation mentale pour réussir sa démarche de prospection
- 3) Se fixer des objectifs réalistes et atteignables
- 4) Communiquer clairement, positivement et efficacement

> PRÉ-REQUIS

- Savoir lire et écrire le français.
- Être âgé de 18 ans minimum.

MOYENS TECHNIQUES

L'accueil au centre de formation :

Salle climatisée, lumineuse, disposée en U.
Equipée d'un tableau interactif ou d'un vidéoprojecteur, d'un tableau blanc, d'un paperboard, avec accès WIFI.

Les pauses :

Cafétéria, toilettes, fontaine d'eau à disposition.

Accueil sur site client :

Une salle adaptée pour la théorie et la pratique.

MÉTHODES D'ANIMATION

- Questionnaires – Tests
- Etudes de cas
- Mises en situation pratique
- Echanges de pratiques
- Retours d'expériences vidéos

MODALITÉS D'ÉVALUATION

QCM portant sur les acquis
Evaluation continue sur mise en situation

SATISFACTION CLIENT :

Fiche d'évaluation de la formation

LIVRABLES

- Support pédagogique
- Bilan du formateur
- Attestation individuelle de formation

TARIF

INTER Entreprise : 56 900 XPF HT/pers

INTRA Entreprise : Nous consulter

CONTENU DE LA FORMATION

Contenu :

I/ La communication commerciale par téléphone et en BtoB

Maîtriser les spécificités de la prise de rendez-vous commerciaux et de la vente par téléphone

Adapter le ton de sa voix, son rythme verbal. Penser à sourire

Choisir le vocabulaire approprié, les mots qui rassurent

Maîtriser l'écoute active

Méthodes pédagogiques

- ⇒ Exercices enregistrés par téléphone pour prendre conscience des impacts d'une voix forte, faible, monocorde, etc.
- ⇒ Exercices sur table pour sélectionner un vocabulaire approprié aux situations et au public (BtoB)
- ⇒ Mises en situation pour améliorer l'écoute active

II/ Être bien préparé

- Identifier son fichier source (CRM, listing, fichiers clients...)
- Analyser le contenu du fichier (anciens clients, clients fidèles, prospects)
- Cibler ses appels (segmentation par cible)
- Disposer de quoi noter, préparer son espace, être au calme....
- Se fixer un objectif principal et un ou des objectifs alternatifs

III/ Obtenir le prospect ou le client

Passer le barrage de la secrétaire

Franchir les obstacles pour obtenir un contact avec un décideur

Capoter l'attention du décideur (se présenter efficacement ; préciser l'objectif de l'appel) pour obtenir la possibilité de poursuivre l'échange

Méthodes pédagogiques

- ⇒ Créer un argumentaire pour se l'approprier, en comprendre l'utilité et être à l'aise avec
- ⇒ S'entraîner à franchir les obstacles habituels des assistant,e,s
- ⇒

IV La conduite de l'entretien téléphonique avec le décideur

- se présenter efficacement

- l'identification de l'interlocuteur décideur

- La découverte de son besoin et de ses attentes / la reformulation
- argumenter efficacement
- La proposition alternative et la fiabilisation

III/ accueillir et traiter les objections

Les différents types d'objection (Objections défensives : rejet immédiat, la remise à plus tard, j'en parle ma hiérarchie ; Objections motivées : votre produit permet t'il de, je trouve cela trop cher, je travaille avec un concurrent....)

Maîtriser l'ensemble des méthodes de traitement de l'objection

Savoir conserver une relation courtoise

Maîtriser son stress perceptible au téléphone (fatigue, agacement, fébrilité, etc.)

Méthodes pédagogiques

- ⇒ S'entraîner à franchir les barrages
- ⇒ Exercices pour réfuter deux objections maximums et conserver une relation courtoise

IV/ Savoir quand et comment conclure

Maîtriser les silences : fuir la précipitation

Reformuler la confirmation de l'engagement du client et ses coordonnées

Méthodes pédagogiques

- ⇒ Mises en situation pour clôturer un appel téléphonique pour être assuré.e que le client ou prospect aura vécu une expérience positive.