

# Prendre des rendez-vous qualifiés et vendre par téléphone

Développement commercial -

## Objectifs :

- Prendre des rendez-vous qualifiés en nombre.
- Argumenter en fonction des besoins de son interlocuteur.

## Prérequis :

- Aucun prérequis n'est exigé pour suivre cette formation.

## Participants :

- Assistant(e) commercial(e), commercial(e) sédentaire ou itinérant(e).

## Effectifs :

- L'effectif maximum est de 12 personnes.

## Intervenants :

- Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine du commerce, de la vente et de la relation client.
- Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

## Le contenu

### 1. Se préparer

- Construire/optimiser son fichier de prospection.
- Construire son pitch commercial.
- Construire son argumentaire.

### 2. Les attitudes

- Faire tomber ses propres à priori.
- Comment mener la discussion.
- Le ton de voix, le phrasé.

### 3. Le phoning

- L'ice-breaker.
- Le pitch.
- La méthode de prise de RDV (technique de l'entonnoir).
- Le traitement des objections.
- Le closing (obtenir validation du prospect et confirmation du RDV par mail).

**650 €**  
Net de taxe par personne

---

T3 RDVQUAVENTEL 19-C21

---

  
2 jours, soit 14 heures

## Dates et villes

## 4. Les bonnes pratiques

L'organisation de la prospection (Plage horaire, Durée, Isolement, Pause).

Le suivi de prospection.

Valoriser ses réussites.

## 5. Préparer son fichier client

Qu'est-ce qu'un bon fichier ?

Les comportements gagnants du vendeur par téléphone.

Identifier rapidement la typologie de mon client.

Comprendre le processus de prise de décision du client et convaincre.

Maîtriser le vocabulaire commercial.

## 6. Maîtriser chaque étape de l'entretien commercial au téléphone

Passer les barrages. (accueil; secrétaire; etc...).

L'ice-breaker (créer un climat de confiance).

Ecouter.

Evaluer.

Argumenter.

Convaincre.

Proposer.

Gérer les objections.

Conclure.

## 7. Générer des ventes additionnelles

Maîtriser dans sa totalité l'offre commerciale.

Connaître ses clients : historique, retour d'informations.

Détecter le moment opportun pour proposer.

## 8. Utiliser les outils adaptés

L'argumentaire de vente, les arguments commerciaux.

La fiche contact.

Les outils de suivi : comprendre l'importance d'un outil GRC (Gestion Relation Client).

Les outils de mesure et d'analyse des résultats.

## 9. Relancer avec efficacité

Organiser le rythme de relance.

Procéder à un rappel téléphonique clair et professionnel.

## 10. Débriefing une vente

Savoir analyser sa vente : les raisons d'un échec, les raisons d'un succès.

Savoir rebondir après une vente difficile.



# Méthodes, moyens et suivi

## Méthodes pédagogiques et moyens techniques

### Pédagogie active s'appuyant sur des :

- apports théoriques,
- applications sur des cas,
- exercices pratiques,
- partages d'expérience.

### Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur. Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

### Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

### Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

## Partenaires

