

## Prospecter les décideurs (2 jours)

L'efficacité pour approcher des décideurs au téléphone n'est pas uniquement dans la maîtrise des techniques classiques de prise de RDV qui, si elles sont utiles, montrent vite leurs limites. **Appeler un décideur, c'est avant tout changer d'état d'esprit.**

Quand un commercial appelle avec pour seul objectif un RDV pour présenter son entreprise et son offre, il se met inconsciemment en position de demandeur et n'obtient que défiance ou agacement. On est loin de la vente conseil car il est centré sur lui.

L'**objectif** est donc de **ne pas se mettre en position d'infériorité et de déplacer la discussion sur les enjeux de l'interlocuteur et l'intérêt qu'il pourrait tirer d'une telle rencontre**. La démarche est alors valorisée. Le commercial a suscité l'intérêt et s'est différencié.

### Objectifs

- Démystifier la prospection téléphonique auprès des décideurs et changer son regard sur cet exercice
- Acquérir une démarche rationnelle et méthodique dans la préparation de ses campagnes de prospection (définition de la cible, constitution du fichier, identification des points d'accroche, rédaction du script)
- Développer sa confiance et une réelle aisance dans la conduite de l'entretien téléphonique, ceci avec tout type d'interlocuteur
- Savoir tout de suite susciter l'intérêt et obtenir la confiance de l'autre

### Pour qui ?

- Toute personne (commercial, ingénieur commercial, ingénieur d'affaires, Responsable Grands Comptes) amenée par sa fonction à prospecter auprès de nouvelles entreprises et/ou auprès de nouvelles personnes

### Bénéfices

- Développer son autonomie et son efficacité dans la prospection téléphonique auprès des décideurs
- Alimenter en permanence son entonnoir des ventes pour des ventes régulières en sachant mettre en place une prospection dynamique et ciblée
- Augmenter sa capacité à développer de nouveaux clients

### Les plus

- Une méthode structurée et pragmatique aidant à définir sa stratégie de ciblage pour ses campagnes de prospection
- Une autre vision de la prospection, basée sur la vente conseil et les techniques d'argumentation, pour donner du poids à l'entretien téléphonique et susciter l'intérêt de nous rencontrer
- Chaque participant travaille dans son environnement, construit sa propre stratégie de prospection, planifie ses prochaines séances de prises de RDV et repart avec son script d'appel qu'il pourra ensuite faire évoluer
- 90% du temps consacré à la réflexion, au partage d'expérience, aux exercices et aux jeux de rôle
- Un nombre restreint de stagiaires par session (6 à 8 personnes)

## Prospecter les décideurs : programme

- Les principales difficultés rencontrées en prospection et leurs raisons
- Premières mises en situation et débriefing
- Les 3 dimensions de la vente appliquées à la prise de RDV
- Démystifier l'appel téléphonique : pas de RDV si pas de besoin
  - Qu'est-ce qu'un besoin ?
  - Les 4 situations d'achat ou comment comprendre la réceptivité du client face à un appel téléphonique ?
- Introduction à l'approche psychologique de la vente
  - Les 6 caractères dominants d'une personne et leur influence dans la vente
  - Les avantages et les limites de cette approche dans la prospection téléphonique
- Susciter l'intérêt du prospect dès les premières secondes de l'appel : introduction aux techniques d'argumentation
  - Comment susciter l'intérêt ?
  - Introduction à la méthode BAC « bénéfiques, avantages, caractéristiques »
  - Application de la méthode BAC : identification des points différenciateurs et arguments forts de son offre
- Définition de sa cible
  - Définition de ses profils de client idéal et de prospect idéal
  - A partir du travail précédent, définition et choix de ses cibles
- Les 5 règles d'or au téléphone
- Rédaction du script
  - La phrase d'accroche pour susciter l'intérêt de notre interlocuteur dès les premiers instants
  - La question pour amener l'interlocuteur vers l'idée d'un RDV
  - La question alternative pour engager le client sur un RDV avec une date
  - Comment utiliser le script d'appel au quotidien ou sortir du texte lu ?
  - Les questions qualifiantes pour valider l'intérêt d'un RDV. Dans quels contextes sont-elles utiles ?
- Les solutions aux principaux pièges de la prise de RDV
  - Le barrage du standard ou de l'assistante, la difficulté à obtenir un nom, la personne injoignable...
  - Traiter les objections en utilisant la technique du judo
- L'importance de la prospection pour assurer des ventes régulières
  - Le phénomène des montagnes russes
  - La nécessité d'alimenter en permanence son entonnoir des ventes
  - S'assurer des ventes régulières, c'est savoir réserver du temps de façon périodique à la prospection.