



Magellan
Développement

Objectifs et programme de la formation à la prospection téléphonique BtoB

Magellan Développement,

Formation et coaching dédiés à l'approche commerciale par téléphone

➤ Objectifs et résultats



Les enjeux

- La maîtrise pour les commerciaux « terrain » d'une technique d'entrée en relation qui est toujours l'une des plus efficaces (1 rendez-vous sur deux est obtenu par de la prospection téléphonique-source Uptoo).
- Dédramatiser l'un des exercices les plus détestés par les commerciaux et se familiariser avec des techniques de vente très différentes de celles déployer lors d'entretien en face à face



Objectifs d'apprentissages

- découvrir les outils disponibles pour solliciter les bonnes cibles
- apprendre 10 trucs pour passer les barrages secrétaires
- savoir comment capter l'attention des décisionnaires
- comprendre pourquoi le respect des étapes d'un argumentaire est primordial
- savoir répondre aux objections
- poser des questions qui invitent au dialogue
- closer correctement tous les échanges (les prospects intéressés mais également ceux qui ne le sont pas)
- s'organiser pour performer dans la durée
- connaître les attitudes et comportements qui changent la perception des interlocuteurs



Résultats commerciaux du programme

- Etablir une dynamique de prospection régulière
- Maîtriser une approche professionnelle qui ne fera pas penser à votre prospect que vous le prospectez
- Programmer un flux de rendez-vous régulier et prévisible

➤ Programme de formation

1/ Prospection téléphonique : les règles de base

- Dédramatiser la prospection téléphonique
- L'importance de la prospection téléphonique dans la démarche commerciale

2/ Les spécificités de la communication au téléphone

- Les règles de la communication orale
- Les attitudes positives: dynamisme, enthousiasme, sourire
- La nécessité d'être clair et concis

3/ l'approche standard/secrétaire

- Les moyens pour se démarquer du « télémarketing »
- Etre crédible au standard
- La prise d'informations auprès du standard ou de l'assistante

4/ l'argumentation du décideur

- Une accroche pertinente et parfaitement maîtrisée
- Vendre le rendez-vous et pas l'offre
- L'art du questionnement pour qualifier ses prospects
- L'importance de l'écoute active
- Prendre date pour anticiper le prochain contact

5/ Le rebond face au décideur

- Lever les objections
- Proposer des alternatives
- Le bon usage des leviers d'influence
- La maîtrise de l'assertivité

6/ le suivi des prospects dans le temps

- La prospection, une épreuve de fond
- La fidélisation des prospects
- Les autres outils pour suivre ses prospects (email, alertes, réseaux sociaux)

7/ Mise en application et entraînement

- S'entraîner pour progresser
- S'écouter pour se corriger

➤ L'organisation de la formation

La formation se déroule en 2 séquences:

- Une formation théorique (en groupe) en présentiel ou à distance (classe virtuelle) : cette formation se déroule pendant 7 heures et est destinée à présenter et à mettre en place auprès des commerciaux pour chacune des thématiques les techniques de vente, les éléments argumentaires, la méthodologie d'appel, les attitudes adéquates au travers d'exemples concrets, de jeux de rôles, de mise en situation.
- Un coaching individuel : Le coaching permet de faire **la transition** entre la phase de formation et la phase opérationnelle. L'objectif est que les techniques apprises durant la formation soient maîtrisées par les commerciaux lors de leurs appels. Cette partie de l'apprentissage a donc pour but de revenir sur les points non maîtrisés, de cadrer la démarche et de se familiariser avec les techniques lors d'appels réels passés auprès de prospects ou clients. Ces séances (au nombre de 3) seront organisées individuellement en webconférence dans la foulée de la formation théorique et se tiennent hebdomadairement durant une heure pour chacun des collaborateurs.

➤ Moyens pédagogiques et suivi

Le formateur :

Les formateurs de Magellan Développement ont tous une expérience:

- D'au moins 20 ans en vente par téléphone
- D'au moins 10 ans en management commercial,
- D'au moins 10 ans de vente « terrain »
- D'au moins 5 ans en tant que formateur commercial

Les Moyens Pédagogiques :

- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Séance de mise en application individualisée avec accompagnement du formateur
- Intranet pour le suivi de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation:

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Analyse et évaluation d'appels commerciaux réels
- Formulaire d'évaluation de la formation.



Présentation Magellan Développement

➤ Qui sommes nous ?

Magellan Développement est 100% dédié aux formations commerciales en BtoB depuis 2012 avec une expertise particulière concernant l'approche commerciale par téléphone

Nos consultants ont tous exercé des fonctions de commercial et de management commercial avant de devenir formateur

En plus de notre rôle de formateurs, nous restons au quotidien avant tout des commerciaux qui prospectons et vendons nos prestations à des dirigeants d'entreprise

➤ Nos domaines de compétence

Nous sommes 100% centrés sur l'approche commerciale au téléphone



Prospection commerciale



Vente à distance



Vente additionnelle



Fidélisation d'un portefeuille clients



Relance et closing des propositions commerciales

➤ Comment nous parvenons à faire progresser les commerciaux ?

1

Une formation pragmatique

Un audit en amont de l'intervention nous permet de comprendre le contexte et d'évaluer les points qui nécessitent d'être travaillé

4

Une formation individualisée

Les séances de coaching sont individualisés et donc adaptées au commercial et à son contexte

2

Une formation pratique

2/3 du temps de la formation est consacré à la mise en pratique au travers de jeu de rôle, mise en situation et surtout d'un coaching individualisé

5

Des progrès mesurables

Le formateur évalue avec le commercial à la fin de chaque séance de coaching son niveau de maîtrise des points essentiels à la maîtrise de la thématique travaillée

3

Un coaching efficace

Nous débriefons et coachons les commerciaux à partir d'enregistrements de conversation réelle entre le commercial et ses prospects ou clients

6

Une formation productive

Les séances de coaching d'une heure environ pour chaque collaborateur par séance s'adapte à l'agenda du participant et n'impacte donc pas la productivité des équipes

➤ Nos points forts selon nos participants

« *L'expertise du consultant, son dynamisme* » Christophe,
Commerce de Gros

« *Mise en situation pratique, mise en place d'un
argumentaire* » Diane, Matériel Informatique

« *Formation adaptée à notre profession/secteur - Suivi et
conseils individuels - Formateur pédagogue et motivant* »
Camille, Cabinet de recrutement et d'interim

« *La construction d'une structure cohérente et pertinente (étape
de l'argumentaire)* » Nezha, Editique et dématérialisation