



PROSPECTER PAR TÉLÉPHONE

Description de l'activité ou de la situation professionnelle à partir de laquelle le dispositif de formation visant la certification est initié :

La prospection téléphonique concerne tous les secteurs d'activités et toutes les tailles d'entreprise.

Elle est particulièrement utile pour développer et fidéliser une clientèle ciblée et donc choisie.

Pour conduire une prospection téléphonique efficace, il convient d'en maîtriser les compétences clés et de respecter la législation qui l'encadre.

Cette certification a pour but de valider ces compétences et s'adresse aux commerciaux, téléconseillers et télévendeurs, mais aussi à toutes les fonctions de l'entreprise amenées à conduire une prospection téléphonique (dirigeant, manager, secrétaire polyvalent) et ce quelque soit son statut (salarié ou indépendant). Cette certification s'adresse également aux personnes en reconversion ou phase de retour à l'emploi, qui se sont formées dans le domaine de la prospection commerciale téléphonique et qui souhaitent valoriser leurs compétences sur le marché du travail.



Référentiels		
Référentiel de compétences	Référentiel de certification	
	Modalité(s)	Critères
<p>C1/ Identifier les cibles de sa prospection téléphonique</p> <ul style="list-style-type: none">- en identifiant le périmètre du produit ou service à « vendre »- en définissant ses persona- en se constituant un fichier de prospection <p>pour enrichir une base prospects qualitative.</p>	<p><u>ME 1 . Mise en situation professionnelle simulée s'articulant en plusieurs phases couvrant les compétences C1 à C5</u></p> <p><u>Phase 1 -C1 -</u></p> <p>Sur la base d'un cas et à partir d'un ensemble de documents et de consignes qui sont mis à disposition du candidat une semaine avant la date de la convocation, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none">-Reformuler le contexte de la prospection et du service ou produit à vendre ainsi que le périmètre et les enjeux de cette prospection.-Présenter et argumenter la définition de la persona envisagée.-Exposer et argumenter les démarches clés à effectuer ainsi que les outils à utiliser	<p>CR1.1 Le candidat présente de manière cohérente au regard de la prospection à mettre en oeuvre le produit ou service à vendre :</p> <ul style="list-style-type: none">- il reformule ce sur quoi la prospection va porter- il récapitule les caractéristiques du produit et service- il explique le périmètre de cette prospection (d'un point de vue par exemple géographique ou temporel)- il rappelle les enjeux de cette prospection le cas échéant <p>CR1.2 Le candidat identifie les cibles en vue de sa prospection téléphonique :</p> <ul style="list-style-type: none">- il définit a minima 1 persona. Pour celui-ci, il détermine a minima les informations suivantes :<ul style="list-style-type: none">- CSP ou fonction- secteur géographique- attentes (relatives au produit ou service à vendre)- secteur d'activité <p>Les informations déterminées sont cohérentes au regard du produit ou service qui fera l'objet de la prospection</p> <p>CR1.3 Le candidat présente le fichier client qu'il a constitué pour préparer la prospection téléphonique relative au produit ou service identifié en amont :</p>



	<p>dans la conception de son fichier de prospection.</p> <p>-Présenter sous le format xls un fichier prospects type correspondant à son analyse tout en spécifiant les sources utilisées.</p>	<p>Il utilise pour se constituer son fichier au moins 2 outils (LinkedIn, Pages Jaunes, Google, Corporama, societe.com, Kompass et/ou tout autre outil dont il explique la pertinence au regard de ses objectifs de prospection téléphonique)</p> <p>-Le fichier xls présenté contient a minima 3 prospects.</p> <p>-Le fichier xls contient les colonnes permettant de compléter éléments indispensables pour parvenir à mener une prospection téléphonique, a minima :</p> <ul style="list-style-type: none">● raison sociale,● adresse,● au moins un numéro de téléphone,● Civilité, Prénom, Nom (dans des colonnes séparées)● fonction de l'interlocuteur,● adresse mail● site web <p>-Le fichier xls contient des colonnes comportant des indicateurs qui permettront d'analyser dans le temps la pertinence marketing des cibles (ex : code NAF, effectif, chiffre d'affaires,). A minima 3 propositions d'indicateurs sont attendues, ainsi que la justification de leurs choix au regard du contexte du cas.</p>
--	---	--



<p>C2/ Préparer son discours commercial à destination d'une prospection téléphonique</p> <p>en rédigeant son argumentaire de prospection tenant compte du profil de la cible sélectionnée ainsi que du produit ou service à proposer</p> <p>pour adresser des messages pertinents à sa cible et être convaincant.</p>	<p><u>Phase 2 - C2 -</u></p> <p>Toujours sur la base du même cas, le candidat doit rédiger et présenter un argumentaire comprenant une présentation, des questions de détection d'opportunité ainsi qu'un SONCASE.</p>	<p>CR2- Le candidat propose un argumentaire construit, sur le fond et sur la forme, tenant compte du produit ou service à vendre, à proposer et de la cible définie. Pour ce faire, il peut s'appuyer sur des ressources externes, notamment l'IA.</p> <p>- Dans sa forme l'argumentaire comporte les différents paragraphes ci-dessous :</p> <ul style="list-style-type: none">● Présentation au standard● Présentation à l'interlocuteur cible et validé (exemple: "vous êtes bien Mr X ou fonction Y")● Questions de potentiel et de qualification (telles que "quel est votre fournisseur? depuis quand?/ avez-vous des projets de recrutement?").● Réponses aux objections● Un SONCASE sous la forme d'un tableau qui doit être pertinent au regard d'une prospection téléphonique.● La proposition de rendez-vous. <p>- Les phrases sont courtes (une phrase = une idée)</p> <p>-Aucune formulation négative ne figure dans le texte (du type : aucun problème, pas de soucis etc ...)</p> <p>- Les phrases de l'argumentaire sont conjuguées au présent.</p> <p>- L'argumentaire comporte a minima 3 questions de découverte.</p>
---	---	--



<p>C3/ Adopter la bonne posture avant la prospection téléphonique :</p> <p>-en maîtrisant ses émotions</p> <p>-et en se conditionnant au succès</p> <p>pour pouvoir entamer une prospection plaisante pour lui et pour les personnes à contacter.</p>	<p><u>Phase 3 - simulation orale</u> <u>/jeux de rôle - C3 et C4 - 20 minutes en présentiel ou en visioconférence</u></p> <p>Lors de cette mise en situation, le candidat doit mener un appel téléphonique fictif avec l'un des membres du jury qui joue le rôle d'un prospect.</p> <p>Le prospect, choisi par le jury, est présent dans le fichier de prospection fourni par le candidat en C1.</p>	<p>CR3- Le candidat met en œuvre les techniques de préparation physiques et mentales nécessaires à une bonne prospection. Le temps de préparation est visible avant de lancer l'appel. Le candidat manifeste sa préparation par exemple par les façons suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none">● Il prend le temps de respirer profondément avant l'appel.● Il positionne son fichier et son argumentaire devant lui de manière à pouvoir les visualiser.● Il parcourt l'actualité du client sur le web pour personnaliser son discours.● Il arbore un sourire qui se voit et « s'entend »
<p>C4/ Conduire un entretien téléphonique de prospection</p> <p>-en communiquant de manière claire, concise et persuasive,</p> <p>- en utilisant l'écoute active et le questionnement,</p> <p>-en levant les barrages et les objections,</p> <p>-en tenant compte d'une potentielle situation de handicap du prospect,</p> <p>afin de détecter les besoins d'un prospect et d'obtenir des informations et/ou un rendez-vous qualifié.</p>	<p>Le candidat doit s'appuyer sur l'argumentaire préparé en C2 .</p> <p>Sont évaluées dans ce même temps:</p> <p>- la manière de se préparer</p> <p>-ainsi que l'attitude physique et émotionnelle du candidat (respiration, débit de parole, sourire etc ...).</p> <p>Le candidat doit, lors de cette mise en situation, répondre de manière adaptée à des objections en maîtrisant le SONCASE préparé en C2.</p>	<p>CR4 - Le candidat conduit un entretien de prospection téléphonique ordonné et qualitatif en créant du lien avec son interlocuteur tant dans la forme (sourire, courtoisie, adaptation) que dans le fond (questions, rebonds, réponse à objection, proposition de rendez vous) :</p> <p>-Le candidat met en œuvre une démarche d'interaction téléphonique de manière courtoise et souriante : l'intonation de voix est agréable et le débit est maîtrisé.</p> <p>- Il donne des informations claires (une phrase = une idée), concises.</p> <p>-Il pose des questions ouvertes. Elles permettent de découvrir et recueillir les besoins du prospect.</p> <p>- il manifeste son écoute active : présence de silences, reformulation des propos du prospect pour bien s'assurer de bien comprendre.</p>



		<ul style="list-style-type: none">-Il rebondit sur les réponses et/ou objections données par le prospect en utilisant le SONCASE rédigé.-Il fait preuve de patience : il conserve son sourire lors des objections reçues.-Il utilise des formulations courtoises pour lever les barrages.-Il utilise des formulations et reformulations positives pour répondre efficacement aux objections.-Il propose un rendez-vous au prospect rapidement (au plus tard dès que le besoin est détecté).-Dans le cas d'une situation de handicap détectée, des alternatives sont proposées. Par exemple, en cas de handicap auditif de son interlocuteur, le candidat doit proposer des alternatives adaptées (ex: "Préférez-vous que nous communiquions en visio pour une possibilité de lecture sur les lèvres ?" "Une conversation par whatsapp en instantanée serait peut être plus confortable pour vous ?" ou toute proposition permettant de communiquer de manière adaptée avec cet interlocuteur.)
--	--	--



<p>C5/ Enrichir son action de prospection téléphonique</p> <p>-en renseignant les informations récupérées lors de l'appel sur un support xls</p> <p>-en programmant la suite à donner à cet appel (programmation d'un rappel, saisie du rendez-vous, abandon en cas de refus ferme de l'interlocuteur ..)</p> <p>-en utilisant des supports digitaux (mail, réseaux sociaux ...)</p> <p>pour augmenter ses chances de succès commercial.</p>	<p><u>Phase 4 - C5 (20 minutes) (en présentiel ou en visioconférence)</u></p> <p>Le candidat doit préparer puis présenter au jury la suite donnée à cet appel.</p> <p>Au niveau organisationnel :</p> <ul style="list-style-type: none">- programmation du rappel.- Rédaction d'un mail à transmettre au prospect suite à l'échange.- Rédaction d'une invitation sur un réseau social suite à l'appel en indiquant le réseau social le plus adapté.	<p>CR5- Le candidat organise et programme la suite à donner à son appel. Il utilise des supports digitaux pour compléter sa prospection téléphonique :</p> <p>- Durant ou suite à l'appel, il renseigne son fichier xls sur l'ensemble des données récupérées (nom et coordonnées de l'interlocuteur, réponses aux questions posées, commentaire reprenant la teneur de l'échange) .</p> <p>- Il crée une colonne indiquant l'issue de cet appel et la renseigne (rdv pris, demande de rappel, refus de rdv, contact injoignable ou tout autre état d'appel)</p> <p>- Suite à l'appel, il note la date et l'heure du rappel à programmer ou, le cas échéant, le rendez -vous fixé sur le support de son choix (fichier xls, agenda google ou tout autre outil de suivi).</p> <p>- Il rédige et présente un email qui fait suite à l'échange.</p> <p>- L'email est court (maximum 12 lignes), l'objet est rédigé en lettre minuscule, reprend le contexte de l'appel et le nom de l'entreprise (ex: « suite à notre échange : présentation de la société X »)</p> <p>- Il fait la démarche de vérifier l'existence du profil du prospect sur un réseau social.</p> <p>-Il indique le(s) réseau(x) social(aux) le(s) plus pertinent(s) qui fait/font l'objet de sa démarche au regard de l'activité du prospect.</p> <p>-Il rédige un texte court qui sera à intégrer à sa demande d'invitation.</p>
--	--	---



<p>C6/ Réaliser une veille légale et réglementaire</p> <p>- en suivant les exigences CNIL, RGPD, BLOCTEL et toute autres sources réglementaires françaises</p> <p>afin d'assurer une prospection commerciale respectueuse de la législation.</p>	<p><u>ME2 . QROC (questionnaire à réponse ouverte et courte): C6 - (20 minutes en présentiel ou en visioconférence)</u></p> <p>Le candidat répond à un questionnaire de 10 questions. Ce questionnaire porte sur les différentes exigences réglementaires à respecter dans le cadre d'une prospection téléphonique auprès des professionnels et des particuliers.</p> <p>Il porte également sur les sources d'information permettant de se tenir informé des évolutions réglementaires qui sont nombreuses et régulières sur le sujet de la prospection téléphonique.</p>	<p>CR6- Le candidat respecte la législation et le cadre réglementaire de la protection des données et des obligations qui s'imposent dans le cadre de la prospection téléphonique.</p> <ul style="list-style-type: none">- Il traite 10 questions de type QROC, portant sur la législation relative à la prospection téléphonique, les techniques de veille et la mise en œuvre de celle-ci. <p>80% des réponses doivent être valides.</p>
--	--	---