

## ❖ Objectif :

Définir sa cible et ses objectifs  
Préparer l'information et le plan d'action marketing  
Organiser et gérer un projet rentable  
Développer les compétences des équipes

## ❖ Profil du participant :

Tout collaborateur ayant à monter une action de télémarketing

## ❖ Pré requis :

Avoir une expérience terrain du marketing ou avoir suivi la formation « s'initier à l'environnement marketing »

## ❖ Durée :

3 jours

## ❖ Dates :

Consultez notre site web :

[www.magnetic-formation.com](http://www.magnetic-formation.com)

## ❖ Lieu :

Lille, Valenciennes ou Douai

## ❖ Prix :

400 € HT par jour.

## ❖ Documents remis :

Support pédagogique et attestation de stage à chaque participant

Synthèse des évaluations de fin de formation aux entreprises

## Contenu pédagogique

### Télémarketing - Mise en place et gestion d'opérations

#### Recueillir et gérer l'information :

Préparation et enrichissement

#### Préparer une action d'émission d'appels :

*Définir la stratégie et des objectifs,*

*Optimiser le multicanal,*

*Analyser les cibles, clients et prospects,*

*Préparer et enrichir les fichiers et bases de données,*

*Créer les supports écrits :*

*questionnaire, guide d'entretien, traitement des objections, briefing,*

*Réaliser un test et analyser les résultats, préparer l'échantillonnage,*

*Dimensionner et organiser les ressources humaines,*

*Choisir et préparer les ressources informatiques, téléphoniques et technologiques.*

#### Gérer une action d'émission d'appels :

*Organiser le terrain,*

*Préparer les procédures et outils de suivi,*

*L'analyse des résultats,*

*Le contrôle de gestion et la maîtrise des coûts,*

*Les bases de la législation et déontologie liées à l'émission d'appels, au marketing direct et à la vente à distance.*

#### Maîtriser les métiers de l'émission d'appels

*Emission d'appels : les règles d'or,*

*Les spécificités du B to B,*

*La qualification de fichier,*

*La prise de rendez-vous,*

*La téléprospection, la télévente,*

*La relance,*

*Les opérations de fidélisation,*

*Les enquêtes, post-tests et études,*

*La réception d'appels consécutive à l'émission.*

## Méthode pédagogique

Démonstrative, active et participative

Apport théorique et méthodologique couplé à des exemples concrets et des exercices pratiques

Elaboration, avec l'aide du formateur, d'un projet opérationnel à réaliser de retour en entreprise

Etude des supports professionnels existants amenés par les stagiaires.

Le stagiaire disposera d'informations lui permettant d'approfondir certains points en fonction des besoins à l'issue de la formation.