



La relation client à distance : vendre et suivre vos clients par téléphone

Objectifs :

- Se sentir à l'aise et améliorer son attitude au téléphone
- Savoir communiquer pour échanger avec le client
- Maîtriser le processus d'achat et l'entretien téléphonique de vente
- Connaître son interlocuteur pour le servir et le convaincre
- Répondre aux objections.



Durée

2 jours
soit 14 heures



Prérequis

Pas de prérequis particulier
pour cette formation.



Lien

En intra : en présentiel ou
distanciel, France entière.
En inter : selon planning.



Modalités d'accès

Nos formations sont
accessibles à tous. Pour toute
situation particulière
nécessitant une adaptation,
merci de nous contacter.



Public

De 4 à 8 stagiaires.
Toute personne occupant un poste
de vente par téléphone en
réception ou émission d'appels
(call centers, services clients,
services commerciaux).



Sanctions

Certificat de réalisation
individuel remis à l'issue
de la formation.

Déroulé :

- **Le téléphone comme outil commercial**
 - Les principes de l'utilisation du téléphone commercial et ses particularités
 - Avantages et inconvénients du téléphone
- **L'attitude au téléphone**
 - Règles de base de la conversation téléphonique
 - Rappels sur les notions de base de la communication interpersonnelle
 - Maîtriser son langage et sa voix, exercices pratiques
 - Souriez ! vous téléphonez
- **Savoir communiquer pour échanger avec un client**
 - La communication base de la relation client : rappel sur les notions de base de la communication interpersonnelle, déjouer les pièges de la communication, maîtriser son langage
 - Les motivations d'achat, l'influence de la personnalité du client
 - Rappels sur les techniques de vente : l'écoute active, le questionnement, la reformulation
 - Utiliser le téléphone pour l'activité commerciale : vendre en réception d'appels
 - Principales utilisations du téléphone pour le commercial : Campagne événementielle, identification de prospects, suivi de clients, enquêtes de satisfaction, trouver de nouveaux clients
- **Les différentes étapes d'un entretien de vente**
 - Guide d'entretien : accueillir et identifier son interlocuteur, inviter son interlocuteur à s'exprimer, écouter son interlocuteur, poser les bonnes questions, reformuler la demande, donner une réponse, prendre congé
- **Maîtriser l'entretien téléphonique de vente**
 - Rappel des principes du processus d'achat
 - Création de l'argumentation téléphonique
 - Création des outils associés
- **Répondre aux objections du Client**

Méthodes & moyens pédagogiques

Apports théoriques illustrés par des exemples concrets - approche pragmatique et participative basée sur des échanges avec le formateur : autodiagnostic, exercices, vidéos, mise en situation, jeux de rôle, débriefing, outils. Élaboration d'un plan de progrès individuel et remise d'un support de cours.

Modes d'évaluation

Une grille d'évaluation "à chaud" de la formation sera complétée par le participant sur les conditions de déroulement de l'action (organisation, pédagogie...).

Un bilan de positionnement initial et final permettant de confirmer l'atteinte des objectifs de la formation sera complété par le participant et validé par le formateur.

Intervenant :



Frédéric GIMENES :

Consultant formateur en développement commercial, plus de 20 ans d'expérience dans la relation client.