EQUIPES BACK-OFFICE : ACQUERIR UNE ATTITUDE COMMERCIALE EN ENTRETIEN TELEPHONIQUE CLIENT

Référence CLITEL03

Fiche de formation sur mesure

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les équipes de production et de gestion sont amenées à recevoir des appels entrants de prospects et clients ; à cette occasion elles sont à même de conseiller les clients et prospects sur des produits et services complémentaires ou nouveaux. Il est donc crucial pour l'entreprise de faire monter en compétences d'attitude commerciale en entretien téléphonique ses équipes de back-office.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte aux participants les techniques et méthodes pour pouvoir orienter et conseiller les prospects et clients vers des produits et services nouveaux ou complémentaires lors des entretiens téléphoniques. Elle développe leurs capacités d'empathie, de crédibilité professionnelle, d'influence commerciale éthique au téléphone.

Cette formation vient directement en soutien de l'action commerciale des équipes de ventes.

CONTACT

Face-Client
Communication client - Vente et négociation
Conseil Formation Coaching
Équipes Vendeurs Commerciaux

FACE-CLIENT
PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs

- Savoir mieux communiquer par téléphone en entretien téléphonique prospect et client ;
- Saisir les opportunités commerciales via le contact téléphonique.

Public concerné

- Les équipes de production et de gestion, suivi projets, etc.
- Tout collaborateur en contact téléphonique direct avec les prospects et clients de l'entreprise.

Prérequis

- Avoir les connaissances de base des principes de la relation client ;
- Avoir une appétence pour l'attitude commerciale client.

Les + et la méthode pédagogique

- Mises en situation téléphoniques enregistrées : écoute en groupe ;
- Feedbacks bienveillants et prise en compte constante du contexte des participants ;
- Utilisation de cas fournis par les participants ;
- Les apports théoriques explicitent et complètent le travail spécifique ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue ;
- A l'issue, les participants reçoivent :
  - Leurs enregistrements audio et vidéo en référence future ;
  - Un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés.

Nombre de participants

- 8 participants maximum.

Durée

- Deux jours (14h).

Aide-mémoires

A l'issue, les participants reçoivent l'e-aide-mémoire de la formation (support PowerPoint et un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

Actualisation : janvier 2024

MODALITES DES SESSIONS

Intra-entreprises
Intra-entreprises à la demande, sur votre site ou en nos locaux.

Inter-entreprises
Ces sessions vous permettent d'inscrire individuellement vos collaborateurs sur cette thématique essentielle (importance opérationnelle).

Dates et lieux
Merci de nous contacter.

Nombre de participants
8 participants maximum par session pour un travail optimisé.

Inscriptions
Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-client.com

Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions distancielles garanties
à la 1ère inscription (Interface Zoom).

Accessibilité personnes en situation de handicap
Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT

Face-Client
Communication client - Vente et négociation
Conseil Formation Coaching
Équipes Vendeurs Commerciaux

FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PROGRAMME COMPLET

Les facteurs clés d'un entretien téléphonique commercial réussi

- Psychologie des prospects et clients : les besoins, motivations, valeurs, croyances et freins ;
- Six clés de l'accueil téléphonique : disponibilité, technicité, clarté, continuité, confort, courtoisie ;
- Utiliser la synergie des trois composantes de la communication interpersonnelle : oral, gestuel, verbal ;
- Faire exprimer et comprendre précisément, reformuler ;
- Savoir orienter, conseiller, prendre le client en charge ;
- Proposer une réponse et la faire valider par le client ;
- Savoir conclure efficacement son appel.

Influencer en vente conseil : besoins et mécanismes

- Mécanismes d'influence en décision d'achat : convaincre par la démonstration, persuader par sa personnalité ;
- Comprendre les cadres de référence et situations personnelles ;
- Comment créer de l'empathie avec l'interlocuteur ;
- Proposer un angle d'achat adapté aux interlocuteurs ;
  S'appuyer en permanence sur les principes de négociation raisonnée.

Bien argumenter pour mieux convaincre

- Les arguments : rôle, classification, place et utilisation ;
  - Sélectionner les arguments de conviction : critères à suivre ;
  - Sélectionner les arguments de valeurs : critères à suivre ;
- Utiliser les similitudes de valeurs pour faire accepter le discours ;
- Organiser efficacement ses arguments ;
- Démontrer ses arguments en reliant les éléments successifs de l'expression ;
- Pouvoir citer ses sources pour renforcer sa crédibilité.

Savoir gérer les situations délicates au téléphone

- Savoir identifier malentendu, désaccord, frictions et tensions ;
- Comment diffuser une tension et arriver à un accord ;
- Adopter une démarche orienté solution ;
- S'affirmer sans agressivité : utiliser les outils de l'assertivité.

Savoir traiter les objections et conclure

- Distinguer plaintes et objections ;
- Utiliser les grilles de traitement des objections ;
- Savoir se faire « l'avocat du diable » pour mieux anticiper et désamorcer les objections ;
- Faire dépasser les réticences à l'accord et amener à la décision (closing).

Actualisation : janvier 2024.