

PROSPECTER ET VENDRE PAR TELEPHONE

Pour transformer les contacts clients en opportunité



DUREE

2 jours – 14 heures

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la relation client téléphonique
- Identifier puis utiliser les différentes phases du processus de vente
- Maîtriser les techniques de commercialisation par téléphone
- Intégrer le rebond commercial dans la relation clients en l'utilisant avec discernement et de façon différenciée selon les circonstances.
- S'entraîner à un process d'entretien client intégrant le rebond commercial

POUR QUI

- Collaborateurs chargés des appels téléphoniques entrants et/ou sortants et/ou chargés de promouvoir des produits/services par téléphone

PREREQUIS

- Aisance dans la communication verbale
- Maîtrise des fondamentaux de la vente par téléphone

MOYENS PEDAGOGIQUES

Pédagogie active et participative. Alternance entre les apports théoriques et les études de cas. Mises en situation à partir de cas concrets.

MOYENS D'ENCADREMENT

Formation assurée par une consultante, diplômée en Formation Pour Adulte, justifiant d'une expérience professionnelle significative dans son domaine d'intervention doublée d'une solide expérience en face-à-face pédagogique

EVALUATION

Evaluation formative : QCM, Questions/réponses.

Feuille d'évaluation afin de mesurer la satisfaction vis-à-vis du contenu de la formation, de son déroulement, de la prestation du formateur.

LIVRABLES

Support de cours dématérialisé.

VALIDATION

Attestation de fin de formation.

PROGRAMME

I. MAITRISER LES FONDAMENTAUX D'UNE COMMUNICATION TELEPHONIQUE PROFESSIONNELLE DE QUALITE

- Connaître la spécificité de la relation téléphonique : importance de la voix, choix des mots...
- Identifier les 5 attitudes bloquantes au téléphone
- Diagnostiquer son attitude au téléphone & identifier ses points forts

⇒ **Autodiagnostic** : identifier son comportement au téléphone (mise en situation filmée)

II. DEVELOPPER UNE DEMARCHE COMMERCIALE AU TELEPHONE TOUT AU LONG DE L'ENTRETIEN

- Identifier puis utiliser les différentes phases du processus de vente
 - Pratiquer la « vente-conseil »
 - Rechercher le rapport équilibré « gagnant-gagnant »
- Identifier les comportements adaptés à cette nouvelle démarche commerciale
 - La motivation et la détermination
 - L'esprit de challenge
 - L'assertivité
 - Le sens des objectifs à atteindre

III. OPTIMISER LE REBOND COMMERCIAL ADAPTE A LA DEMANDE DU CLIENT

- Utiliser la découverte des besoins pour pratiquer le rebond commercial : demande de renseignements, insatisfaction, réclamations
- Construire les différentes accroches possibles pour pratiquer le « rebond commercial » au moment le plus opportun

⇒ **Construction d'outil** : élaborer une fiche standard d'entretien téléphonique

IV. PRATIQUER L'ARGUMENTATION COMMERCIALE

- Pratiquer l'écoute active et la reformulation
- Utiliser la méthode CAP (ou APB)
- Utiliser les mots vendeurs et positifs

V. TRAITER LES OBJECTIONS

- Identifier les différents types d'objections
- Utiliser les techniques de traitement des objections pour répondre spécifiquement à la nature de l'objection
- Rassurer, convaincre et persuader l'interlocuteur

⇒ **Construction d'outil** : élaborer une fiche standard de réponses aux objections

VI. CONCLURE LA VENTE ET PRENDRE CONGE

- Identifier les conditions nécessaires pour conclure
- Reconnaître les signaux d'achats
- Formaliser les questions d'engagement
- Oser prendre l'initiative d'inviter le prospect à conclure
- Rebondir en cas de refus du client pour relancer la vente
- Pratiquer une prise de congé qualitative en toutes circonstances

⇒ **Mise en situation** : pratiquer un entretien de vente par téléphone (filmé et débriefé)



Outremer Formation



0692 66 46 45



contact@outremerformation.com



outremerformation.com