

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 processus d'entretien client intégrant le rebond commercial

POUR QUI

- Collaborateurs chargés de promouvoir des produits/services par téléphone

PREREQUIS

Aucun

MOYENS PEDAGOGIQUES

Pédagogie active et participative.
Alternance d'apports théoriques, questions-réponses, QCM, exercices et mises en pratique.

MOYENS D'ENCADREMENT

Formation assurée par une consultante, Formatrice Professionnelle pour Adultes, avec une double compétence en relation client et en face-à-face pédagogique.

EVALUATION

Questionnaire de positionnement.
Evaluation formative.
Evaluation de la satisfaction vis-à-vis du contenu de la formation, de son déroulement, de la prestation du formateur.

LIVRABLES

Support de cours dématérialisé

DELAIS D'ACCES

Inter : selon calendrier

Intra : en concertation avec l'entreprise

ACCESSIBILITE

Locaux accessibles aux PMR.
Autres handicaps : nous contacter pour mise en place des moyens de compensation.

TARIF

Nous consulter.

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)

VALIDATION

Attestation de fin de formation.



Outremer Formation



0692 66 46 45



contact@outremerformation.com



outremerformation.com