

Durée :

2 jours

Les participants et leur pré-requis :

Tout public.

L'organisation :

Lieu : A déterminer Occitanie

Dates : à déterminer

Horaires : 08h30 17h00

Coût par participant :

660 € HT (792 € TTC)

Renseignements et inscriptions :

Sabine ACCO

LES OBJECTIFS :

- Revoir les techniques de communication en télévente active,
- Gérer l'information pour optimiser le fonctionnement du binôme télévendeur et commerciaux terrains,
- Savoir conduire efficacement un entretien de vente au téléphone.

LE CONTENU DE LA FORMATION :

Les fondamentaux de la communication et ses particularités au téléphone,

Accueillir et s'adapter au client

Savoir accueillir le client à l'image de la société

Repérer les conditions d'un bon contact

Clarifier la demande du client par les techniques de questionnement

Travailler l'écoute active et reformuler pour s'assurer d'une bonne compréhension,

Connaître et repérer les techniques d'influence et de manipulation,

Formules et expressions à privilégier,

Proposer avec aisance des produits additionnels,

Traiter ou orienter la demande du client et s'assurer de sa réalisation effective

La gestion des situations difficiles et conflictuelles

Alterner écoute et affirmation de soi, dans une optique gagnant/gagnant

Les tournures et les pièges à éviter,

Annoncer avec tact les « mauvaises nouvelles » : dire non, des augmentations de tarifs, des retards de livraison...

Faire face aux interlocuteurs « à problèmes » : agressifs, mécontents, bavards...

Comment mieux gérer son stress en situation de forte pression ?

En télévente active

Cibler les clients à appeler,

Franchir les barrages et savoir prendre contact avec une attitude commerciale et obtenir l'attention de son interlocuteur,

Structurer l'entretien commercial : la méthode des 4C (Connaître, Communiquer, Convaincre et Conclure)

Effectuer une prise de contact positive,

Ouvrir le dialogue par une accroche rapide et efficace:

* Comment attirer l'attention du client ?

* Préparer son message et structurer son argumentaire en sélectionnant les points forts,

* Parler en avantage client plutôt qu'en caractéristiques,

Élaborer un guide d'entretien : choisir ses arguments,

Présenter les points clés de son offre et son prix

Savoir repérer les signaux d'achat ou et les freins de ses interlocuteurs,

La réfutation des objections

Mesurer le bien-fondé de l'objection (vraie ou fausse)

Etablir la liste des objections classiques et formaliser des exemples de réponse (qualité, délais, SAV, etc.)

L'objection prix : les différentes techniques de réfutation

Contrôler son temps de parole,

Conclure et formaliser son intervention

Convenir ensemble d'une solution en préservant l'intérêt de l'entreprise,

Verrouiller les points d'accord et mettre en valeur la solution proposée,

Savoir quand et comment prendre congé, en transformant le litige en opportunité d'améliorer la relation commerciale,

Savoir conclure de façon commerciale et constructive.

Organiser le suivi et la traçabilité des interventions.

Le binôme commercial terrain/télévendeur.

Organiser son poste de travail et son environnement

Etre en phase

La gestion des cas difficiles

Gérer son temps

Elaboration d'axes de progrès individuels