

Objectifs pédagogiques

Maîtriser les techniques nécessaires afin de développer son portefeuille clients. Acquérir des techniques efficaces pour convaincre. Développer son aisance au téléphone.

Public

Commerciaux, Téléconseillers, assistantes commerciales...

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

Modalités pédagogiques

Formateur expérimenté et spécialiste dans son domaine d'intervention.

Méthode active et participative.

Alternance d'apports théoriques, de présentation d'outils, méthodes concrètes et mises en situation pratiques.

Approche basée sur l'expérience des participants.

Moyens et supports pédagogiques

Support de cours numérique et attestation de formation remis en fin de formation.

Modalités d'évaluation et de suivi

Mises en situation pratiques tout au long de la formation pour favoriser l'appropriation des concepts et outils abordés.

Mémorisation des points essentiels de la formation avec des synthèses proposées régulièrement par l'intervenant.

Évaluation des acquis via un quiz des connaissances en fin de session.

• Les spécificités de la vente par téléphone

- Comprendre les spécificités de la vente par téléphone
- Le facteur temps, l'absence de visuel
- Les outils : écoute active, reformulation, questionnement

• Se préparer à l'appel

- Définir l'objectif de son appel
- Identifier son interlocuteur
- Établir un plan d'action : prévoir son accroche, créer son argumentaire, lister les objections fréquentes
- Appréhender les motivations du prospect

• Le déroulement de l'appel

- Faire la différence dès les premières secondes
- Savoir présenter son entreprise, son offre et la valoriser
- Poser les questions clés pour susciter l'intérêt
- Formuler les bonnes questions pour découvrir les besoins du client
- Reformuler les besoins pour cibler son offre
- Écouter de manière active et objective grâce aux techniques d'écoute active
- Mettre en adéquation les besoins clients avec les avantages du produit ou service
- Savoir s'adapter à son interlocuteur selon son profil
- Être convaincu pour être convainquant
- Savoir anticiper et traiter les objections
- Verrouiller la vente
- Prendre congé, conclure positivement

• Le suivi des appels

- Quand et quelles informations envoyer au prospect/client (envoi proposition, contrat...)
- Programmer ses relances
- Suivre son activité de prospection