



## Vendre au téléphone / Réception d'appels

### ► Public

Tous les commerciaux en réception d'appels

### ► Méthode pédagogique

Les entraînements et les simulations téléphoniques sont réalisés par les stagiaires, enregistrés et vidéoscopés, puis commentés. Les mises en situation alternent avec la théorie.

Leur analyse permet à chaque stagiaire d'élaborer son diagnostic. Chaque stagiaire analyse ses forces et ses faiblesses intitulées :

- Points forts sur lesquels s'appuyer
  - Axes d'amélioration à l'aide de :
  - Son auto-évaluation à l'issue des études de cas
  - Celle du groupe régulée par le formateur
  - La synthèse du formateur et ses propres prescriptions
- A la fin du stage, chaque stagiaire élabore son PPP (Plan de Progression Personnel) comprenant :
- Son auto-évaluation
  - Ses engagements de progression
  - Son plan d'action et de pérennisation

### ► Durée

2 journées +  
1 journée d'atelier

### ► Nombre de participants

Groupe de 8 stagiaires

### ► Budget

1.150 euros HT la journée

### ► Contact

Pour recevoir le programme ou  
Être conseillé(e)  
Appelez au 06.07.42.69.27

### Objectifs

- Optimiser ses performances au téléphone
- Acquérir les méthodes, techniques et outils pour saisir l'opportunité de l'appel client/prospect et développer ses ventes
- Maîtriser les différentes étapes de l'entretien : de l'accueil à la prise de congé
- Développer le capital confiance de ses clients
- Concilier son savoir-faire technique/produit avec son savoir-être commercial
- Savoir gérer les situations imposées par le client/prospect, rebondir, être réactif et améliorer la productivité
- Connaître et reconnaître ses forces et ses faiblesses ; mettre en place un plan d'action personnel de progrès

### Thèmes étudiés

- Les composantes de la relation client en réception d'appels :
  - Les atouts et les avantages
  - Les limites et les inconvénients
- L'accueil téléphonique : un enjeu capital pour l'entreprise
- Les règles d'or au téléphone :
  - Auto-évaluation du niveau de connaissances
- La communication non verbale au téléphone
  - Les attitudes, la voix et la gestion des silences
- Les différentes formes d'écoute et de questionnement
- Les techniques de reformulation pour analyser et hiérarchiser les informations
- Les étapes de l'entretien de vente :
  - La prise en charge et la définition des besoins du client
  - La reformulation et la validation des informations reçues
  - L'argumentation basée sur les besoins du client
  - L'obtention de l'accord du client (partiel ou total)
  - La vente complémentaire
- Les techniques de vente en réception d'appels :
  - La méthode AIDA
  - La technique de l'entonnoir et la directivité dans l'entretien
  - Le vocabulaire de la vente et la maîtrise des 4 C
- La détection du signal d'achat : rebondir sur les objections et les traiter, saisir les opportunités, répondre aux questions sur la concurrence
- La présentation d'une offre claire et adaptée
- La conclusion et la fidélisation du client : la reformulation de synthèse
- Le suivi et le contrôle après la vente
- L'organisation de sa relance lors d'un appel différé
- Auto-évaluation et contrat d'engagement individuel
  - Le Plan de Progression Personnel (PPP Egostyle)