

► Public

Tous les commerciaux en émission 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 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 être proactif : de la préparation de l'appel jusqu'à la conclusion
- Savoir définir un objectif précis et s'y tenir
- Optimiser son comportement au téléphone : maîtriser, diriger l'entretien et s'adapter à l'interlocuteur
- Connaître et reconnaître ses forces et ses faiblesses ; mettre en place un plan d'action personnel de progrès

Thèmes étudiés

- Qu'est-ce que la télévente ?
 - Les particularités de la télévente
 - Les atouts et les avantages de la télévente
 - Ses limites et ses inconvénients
- Définir un objectif précis
 - La prise de rendez-vous
 - La vente ciblée ou la vente conseil
 - L'utilisation d'un argumentaire
 - La définition d'un plan de vente
- Préparer efficacement l'appel
 - Anticiper les réponses du client
 - Préparer ses réponses aux objections du client
 - Maîtriser les techniques de concentration préalable
- Entrer en contact avec son interlocuteur
 - Préparer sa présentation
 - Différer un appel
 - S'assurer de la disponibilité de l'interlocuteur
 - Les différentes techniques pour franchir les « barrages »
- Les techniques d'entretien au téléphone :
 - Se présenter, susciter l'intérêt et obtenir l'écoute
 - Adapter le ton, l'attitude, le comportement aux réactions du prospect
 - les techniques de questionnement, identifier les besoins du client, pratiquer l'écoute active
- Les étapes à respecter lors de l'entretien :
 - Formuler, reformuler et valider les informations reçues
 - Impliquer le prospect dans son argumentaire
 - Baser les avantages du produit sur les besoins pré-définis du client
 - Faire évoluer l'échange vers l'atteinte de son objectif et la technique de verrouillage
 - Persister sans insister et proposer l'alternative
- Les techniques d'aide à la vente :
 - Le vocabulaire approprié et la maîtrise des 4 C
 - La méthode AIDA
- La détection du signal d'achat : la technique du rebond sur les objections du client
- La présentation d'une offre claire et adaptée
- L'obtention de l'accord du client
- 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)