

Durée

2 jours (14 heures)

Public

Toute personne amenée à relancer téléphoniquement des prospects ou clients (conseillers, commerciaux, assistant(e)s, chargé(e)s d'affaires...).

Objectifs

Instaurer une véritable relation client au cours des relances.

Développer sa capacité commerciale et persuasive.

Renforcer ses relances par l'écoute, le questionnement et les fondamentaux de la communication.

Appliquer la méthode de déroulement d'arguments performants.

Anticiper et traiter les réponses efficaces aux questions et objections.

Mieux s'organiser pour relancer et créer un rythme de relance productif.

Méthodes pédagogiques

Alternance d'apports théoriques, d'études de cas concrets et de mises en situation.

Conseils personnalisés.

Remise d'un support de référence.

Evaluation

Mise en situation réelle.

Intervenant

Formateur Consultant en gestion de la relation client, communication et techniques de vente.

Lieu

Chez EvryWare ou en entreprise

L'enjeu relationnel et commercial dans l'utilisation du téléphone au cours des relances de devis nécessite l'appropriation et la maîtrise des techniques de communication.

L'activité de relance est liée à l'écoute, la découverte, à la reconnaissance de son potentiel et au développement de sa capacité de conviction et d'argumentation.

Par des apports théoriques, des cas concrets et des mises en situation, la formation va progressivement aider les participants à s'approprier les réflexes indispensables à la réalisation d'une relance et d'une organisation efficaces.

Au cours de cette formation, un travail spécifique sur la voix est réalisé – nécessitant l'utilisation d'un enregistreur fourni par le formateur. En effet, la voix, au téléphone influence l'interlocuteur à 50 %, contre 7 % en entretien face à face. Ce travail permet aux participants de développer leur potentiel de conviction et de prise d'ascendant.

INTRODUCTION : L'IMAGE DE MARQUE DE L'ENTREPRISE

- L'activité commerciale, les relances et l'image de marque de l'entreprise
- Les deux concepts fondamentaux de considération et de service
- La dimension commerciale de l'outil téléphone et son impact sur les prospects/clients
- Se démarquer de la concurrence par une relance professionnelle

COMMUNIQUER

- Rappel des fondamentaux de la communication
- Le triangle de la « vente » du message
- Ecouter – Questionner – Reformuler – Argumenter

DE LA RELANCE A LA CONCLUSION...

- Validation des étapes clés de la structure de l'appel de relance
- Poser des questions : une étape essentielle
- Argumenter
- Accepter et traiter les objections
- Développer une stratégie vers la conclusion

Les argumentaires et le traitement des objections sont testés et validés au cours de nombreuses simulations d'entretiens enregistrés.

S'ORGANISER

- Gérer le temps et s'organiser

PLAN DE PROGRES INDIVIDUEL DE FORMATION

Elaboration, pour chaque participant, d'un plan de progrès individuel de formation sous forme d'un livret personnalisé présentant plusieurs indications nécessaires au développement de sa démarche.