



COMMERCIAL

Vendre par téléphone : réception d'appels

<p>Objectifs : Comprendre les impératifs de la qualité de service et être porteur de l'image de marque de l'entreprise auprès des clients. Acquérir les méthodes de traitement des appels, d'argumentation, de traitement des objections, d'enclenchement de la décision du client, ... Impliquer les participants pour faciliter leur adhésion aux outils (charte qualité, check-list d'auto évaluation,...) destinés à ancrer la démarche qualité et leur autonomie.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Télé - conseillers</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>1° Rappels de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Jeux : les obstacles à la communication téléphonique et les solutions ✚ Les effets induits de la communication orale : pourquoi et comment induire un partenariat Adulte/Adulte ? <p>2° Les impératifs de la qualité de service :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les attentes des clients à partir d'articles de presse et/ou d'écoute d'appels téléphoniques enregistrés dans d'autres entreprises. ✚ Les fondements de la relation commerciale : discussion sur ses effets dans la communication téléphonique. <p>3° L'analyse les besoins du client :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Comment repérer les motivations d'achat du client et analyser ses besoins : le SONCAS. ✚ Elaboration de procédures d'analyse des besoins et de questionnement adaptées aux situations de l'entreprise et aux types de clients les plus courants. <p>4° L'argumentation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Elaboration d'argumentaires adaptés à la nature des demandes. ✚ Comment adapter les argumentaires en fonction des besoins et motivations du client. ✚ Le traitement des objections les plus courantes. : études de cas. <p>5° La directivité :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Savoir questionner avec courtoisie (questions ouvertes, fermées, alternatives). ✚ Comment garder l'initiative : études de cas. ✚ Savoir conclure. ✚ Comment impliquer le client et dépasser la demande. ✚ Etudes de cas : Analyse d'appels retranscrits et rendus anonymes. <p>6° Les étapes du traitement idéal d'un appel en émission :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Gérer la mise en attente. ✚ Traiter les situations difficiles. ✚ Analyse d'appels enregistrés, retranscrits et rendus anonymes : les participants les corrigent. ✚ Elaboration de scénarii d'appels par les participants et/ou mises en situation réelles au poste de travail avec enregistrements et analyse en groupe. <p>7° La mise en œuvre « qualité »</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les participants élaborent la check-list d'auto évaluation destinée à faciliter leur auto évaluation. ✚ Les participants élaborent la charte qualité de l'équipe. ✚ Les objectifs individuels prioritaires à mettre en œuvre. 	<p>Le Formateur</p> <p>Issu de la vente Très expérimenté en formation de vendeurs, télé-vendeurs, en mise en place et organisation de plate formes téléphoniques</p> <p>Parcours pédagogique</p> <p>La démarche consiste à optimiser la productivité et la qualité de service des télé-conseillers.</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <hr/> <p style="text-align: center;">2 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 150 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : CO063</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : contact@proformalys.com - Fax : 01 48 74 39 98
 Informations, dates de stage et inscriptions sur www.proformalys.com