

Date de mise à jour : 02/06/201

PUBLIC :

Tout public souhaitant améliorer sa communication par le biais du téléphone

PRE-REQUIS :

Connaître l'outil téléphone

OBJECTIFS :

Développer son aisance relationnelle au téléphone afin de mettre en confiance. Comprendre les attentes des clients afin de mieux les satisfaire.

Maîtriser les freins à la communication et faire face aux clients émotifs.

DUREE ET LIEU :

2 jours soit 14 heures

Lieu d'animation : sur site client ou dans nos locaux

METHODES :

Jeux de rôle : Mises en situation

Exercices d'écoute et de découverte

Ateliers

Quizz

VALIDATION :

QCM de validation finale

TYPE D'ACTION :

Acquisition et entretien de connaissances

DEROULE DE LA FORMATION :**1. ADAPTER SA COMMUNICATION TELEPHONIQUE A SON INTERLOCUTEUR**

- Les fondamentaux de la communication
- Les « outils clés » d'une communication téléphonique réussie
- Les obstacles à la communication téléphonique
- Déterminer les différents usages de la communication téléphonique dans son activité : appels entrants, appels sortants, prise de commande, prise de RDV, réclamation...

2. S'AFFIRMER DANS UNE DEMARCHE COMMERCIALE A DISTANCE

- Repérer les avantages et inconvénients d'une communication téléphonique dans le cadre de son activité
- Préparer ses appels sortants
- Structurer son intervention
- Identifier les « leviers » de ses produits et/ou services pour valoriser son offre

3. COMPRENDRE ET SATISFAIRE SON INTERLOCUTEUR

- Identifier son interlocuteur et ses motivations
- Maîtriser le questionnement pour découvrir et comprendre les attentes de son interlocuteur
- Développer son écoute active afin d'adapter l'offre

IESI

556, Rue de la Rosière – 59710 Mérignies

☎ : 03.20.84.00.27 / 07.68.16.45.41- ✉ : v.dacosta@iesi.info

Site internet : www.iesi.fr

4. COMPRENDRE LES OBJECTIONS POUR MIEUX LES TRAITER

- Qu'est qu'une objection ?
- Identifier les objections les plus courantes pour anticiper les freins à la vente
- Les étapes du traitement des objections

5. GERER DES SITUATIONS DIFFICILES ET DES CLIENTS EMOTIFS

- Qu'est-ce qu'un client émotif ?
- Qu'est-ce qu'une émotion ?
- Adopter une communication adaptée
- Ecouter pour comprendre l'origine du mécontentement
- Faire face aux clients émotifs
- Rechercher des solutions pour sortir d'une situation difficile
- Conclure positivement la communication

Toutes les notions seront vues à travers des cas pratiques, jeux de rôles, ateliers....

6. QCM

- QCM complété par les stagiaires
- Correction apportée en groupe

7. Remplissage de l'enquête de satisfaction

Modalités de déroulement et moyens pédagogiques :

- Evaluation au préalable des participants
- Formation en présentiel avec un formateur expert sur site client ou dans nos locaux (mentionné sur la convention)