

Mener une action téléphonique efficace

Utiliser le téléphone pour négocier et vendre présente des difficultés spécifiques. L'entretien téléphonique exige une argumentation claire et une technique précise pour convaincre.

Destinée à tous ceux qui interviennent au téléphone dans leur démarche commerciale, cette formation permet de maîtriser les techniques spécifiques, de gagner en aisance et de structurer sa démarche d'appel.

POINTS FORTS

Une mise en œuvre opérationnelle de ses scénarios de vente et de ses techniques d'approche

OBJECTIFS

- Maîtriser les techniques de vente par téléphone
- Identifier les moments propices au rebond commercial
- Négocier et vendre des produits ou services additionnels
- Convaincre et conclure

INFOS PRATIQUES

Formation professionnelle inter-entreprises personnalisable en intra-entreprise

Durée : 2 jours (14 h) en présentiel

Groupe de 8 personnes maximum

Prérequis : Aucun



PROFILS

Vendeurs internes, télévendeurs, assistant(e)s et toute personne en charge d'une action commerciale au téléphone

Réf. FC04

Prix INTER : 1 350 €HT (Dates et disponibilités sur demande)

Package INTRA : 2 460 €HT (Dans vos locaux : Groupe de 8 personnes maximum)

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports théoriques et pratiques, partage d'expériences
Exposé interactif, alternance d'apports et de réflexions des participants
Mises en situation à partir du quotidien des participants
Tests d'autodiagnostic.

FORMATEURS

Nos consultants formateurs et animateurs sont des experts reconnus de l'action commerciale. Ils interviennent régulièrement en entreprise pour animer et piloter des actions de développement aux côtés des forces de vente.

Programme de la formation

Introduction

Echange d'expériences
Les 4 temps de l'entretien de vente au téléphone

1 Maîtriser les techniques de la communication téléphonique

Créer un climat de confiance et une proximité positive avec la voix, les mots, le sourire...
Un comportement adapté : La disponibilité, l'empathie, l'affirmation de soi et la maîtrise de ses émotions
Les techniques de base : La reformulation, le questionnement, l'écoute active, le silence
Le plan d'appel

2 Préparer et réussir la mise en contact

Franchir les barrages et travailler sa prise de contact
Capter l'attention et créer l'ouverture
Calibrer son entretien en fonction du timing de son interlocuteur
Obtenir les attentes et les motivations de son contact.

3 Identifier et argumenter

Quels arguments pour quels besoins ? Le bénéfice du client
Présenter son offre de façon claire
Les signaux d'achat et les freins à la vente
Répondre aux objections
Les situations propices au rebond commercial :

- Présenter une offre en fonction d'un contexte
- Proposer une prestation ou un produit complémentaire
- Amener le client à monter en gamme

4 Conclure l'entretien

Quand et comment conclure, reformuler l'engagement du client
Verrouillage et engagement partiel : En assurer le suivi
Construire sa prise de congé
Le prochain contact ou le rendez-vous téléphonique de relance

Moi au sein du groupe, je fixe mon propre CAP (le Cadre de mon Action de Progrès) et je m'engage dès maintenant dans sa réalisation sur le terrain.