HM FORMATION

Programme de formation

Prospection téléphonique et gestion des appels entrants

Durée : 35 h

Objectifs :

- Maîtriser les dernières techniques de prise de rendez-vous téléphoniques auprès d'une clientèle B to B ou particulière
- Gérer les situations conflictuelles et adopter un comportement approprié lors d'une communication téléphonique avec un client agressif
- Utiliser des techniques d'analyse et de résolution de problèmes
- Négocier des solutions acceptables pour le client

Pré-requis : Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone

Public : Tout public ayant une activité commerciale.

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel :
Salle équipée avec video-projecteur (ou TV) et paperboard. Connexion WIFI.
Ordinateur portable pour chaque participant. Le stagiaire pourra amener le sien si il le souhaite.
En cas de formation intra-entreprise, les moyens techniques décrits ci-dessus doivent représenter une référence idéale.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Autodiagnostic
Test de personnalité
Méthode interactive
Ateliers et mise en situation autour de cas pratiques
Jeux de simulation et jeux de rôles filmés
Débriefing et commentaires points forts/pistes d'amélioration
Conseils personnalisés

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation : Tests pratiques complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

SAVOIR QUALIFIER UN FICHIER

Déterminer le cœur de cible
Collecter les informations nécessaires
Qualifier le fichier d'appels
Comprendre les objectifs
Connaître les résultats attendus

LA CONCEPTION D'ARGUMENTAIRE

Déterminer l'objectif de l'appel
Les étapes du script d'appels sortants
Les étapes du script d'appels entrants

L'EXPRESSION ORALE AU TELEPHONE

Utiliser un vocabulaire simple mais professionnel
Les expressions négatives
Les expressions dubitatives
La maîtrise de la voix (voix, débit, rythme, tonalité, articulation)

COMMENT PASSER LES BARRAGES D'UN STANDARD ET D'UN SECRETARAIT

Savoir se présenter
Identifier l'interlocuteur
Exposer succinctement le but de l'appel
Sélectionner les informations à donner
Savoir collecter les informations utiles

LA REGLE DES 4C

Contact
Connaître
Convaincre
Conclure

DECOUVRIR LES ATTENTES DU CLIENT

Identifier les besoins réels du client
Instaurer un client de confiance
Comment perçoit votre interlocuteur le professionnel que vous êtes
Comment induire de l'empathie

SAVOIR ANTICIPER ET REPONDRE AUX OBJECTIONS

Vraie ou fausse objection ?
La technique de l'entonnoir
Traiter toutes les objections classiques
Traiter les objections difficiles
L'attitude été la formulation positive

COMPRENDRE LES MOTIVATIONS DU CLIENT

Les mobiles d'achat du client
Les mobiles de mécontentements du client
Être en phase d'écoute active
La compréhension d'un message : les différences de perception
Comprendre les besoins insatisfaits

HM FORMATION

SAVOIR REPONDRE A UN CLIENT MECONTENT

La technique de reformulation
Rester assertif
L'écoute professionnelle
Les outils d'Assertivité au téléphone
Savoir répondre aux objections et aux contradictions

ASSURER UNE COMMUNICATION POSITIVE

La communication positive
La relation « Gagnant-Gagnant
Communiquer avec un interlocuteur impatient ou agressif
Se remettre en cause sans perdre sa confiance en soi

LES MECANISMES DE DEFENSE

Savoir repérer les émotions
Causes profondes et déclencheurs de la colère
Le triangle de Karpman»

LE CONTROLE DE SES EMOTIONS

Les différentes émotions
La confiance en soi
Le stress et sa gestion

LA SITUATION DE RECLAMATION ET LA RELATION CLIENT

La gestion de la relation client et la situation de réclamation
Connaître le client et identifier ses besoins (exprimés ou non)
La légitimité de la réclamation : droits et devoirs des parties
Origine des problèmes : le client, l'entreprise, …
Connaître les typologies des critiques et des réclamants
Analyser les causes et les conséquences et rechercher des solutions appropriées

LA GESTION DE LA RECLAMATION

Qu'est-ce que l'assertivité ?
Comment adopter un comportement assertif ?
Maîtriser le dialogue : questionnement et écoute active
Gérer les objections : les différentes techniques de réponses
Savoir dire non
Savoir accepter le mécontentement
Savoir réagir face aux agressions, face aux manipulations

LA REDACTION DE LA REPONSE AU CLIENT

Les 7 étapes de la norme ISO
Maîtriser les différents plans de réponse à une réclamation
Maîtriser l'aspect rédactionnel du courrier (mots de liaison, ponctuation, vocabulaire adapté)
Adopter un ton commercial, positif et assertif
Rédiger le contenu de la réponse : erreurs à éviter

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)