

# RELATION CLIENT ET VENTE À DISTANCE (PARCOURS PRO)



RC104

7 jours (49h) 3 450,00 €<sup>HT</sup>

## Objectifs

Maîtriser l'outil téléphone afin d'en faire un instrument régulier et performant de sa communication commerciale • Maîtriser des outils pour prendre des RDV, conseiller et vendre par téléphone • Transformer un appel conflictuel en une recherche de solution commune • Élaborer le guide d'entretien et de réponse aux objections • Maîtriser les techniques de closing

## Profil Stagiaire(s)

vendeurs, technico-commerciaux, commerciaux sédentaires, télémarketeurs, télévendeurs, collaborateurs des services ADV et SAV, assistant(e)s commerciaux(les), et toute personne en contact téléphonique avec des clients (accueil, réclamations, services hot-line...)

## Profil animateur(s)

cette formation Relation Client est assurée par des spécialistes en techniques de commercialisation et résolution de conflits, experts en communication, relation clients et télémarketing

## Contactez-nous

Conseiller formation  
09 88 66 10 00  
inscriptions@demos.fr

best

## PROGRAMME

### MODULE 1

#### Maîtriser la Relation Client au Téléphone

##### S'adapter aux spécificités de la communication à distance

Valoriser les outils de communication à distance :

. mail, chat, visio, call conférence et réseaux sociaux

Développer la bonne posture à distance :

. écoute et conditions de la confiance réciproque

Maîtriser les techniques de communication : impacts à l'écrit et à l'oral

Connaître les attentes actuelles des clients lors d'un entretien à distance

Détecter le profil de son interlocuteur pour se synchroniser

Travailler le para-verbal et le verbal pour pallier l'absence du visuel :

. utiliser sa voix, pratiquer le vocabulaire positif

Valoriser l'image de l'entreprise et se différencier par ses techniques et attitudes :

. écoute active, reformulation moderne non " scriptée ", empathie

Maîtriser les fondamentaux d'un accueil téléphonique :

. filtrage, mise en attente, transfert, répondeur

Préparer ses appels

##### Maîtriser les 4 étapes essentielles d'un entretien à distance

Se présenter en inspirant confiance

Découvrir les besoins de son client (SONCAS) par un questionnement conduit avec tact

Convaincre son client en s'adaptant à son profil et à son SONCAS ; en répondant aux différents types d'objections

Conclure sur une impression professionnelle, courtoise et valorisant le client

##### Savoir gérer les situations délicates et conflictuelles à distance

Comprendre les mécanismes de conflits

Prendre conscience de sa responsabilité dans le litige :

. interprétation, opinion, jugement...

Gérer ses émotions

Accueillir les émotions de ses clients :

. canaliser les bavards, rassurer les inquiets, faire parler les " taiseux ", apaiser les impatientes, recadrer avec tact les agressifs

Adopter la bonne attitude pour trouver une relation Gagnant-Gagnant orientée solutions

Pratiquer l'assertivité

Mise en situation : gérer un litige en 6 étapes

## MODULE 2

### Formation : Prospecter et Vendre par Téléphone

#### Les enjeux du téléphone dans la fonction commerciale

Développer une proximité positive avec les clients et prospects  
Transmettre une image professionnelle de son entreprise, de son service  
Prospecter, prendre des rendez-vous, conseiller, vendre, relancer, fidéliser  
Gérer et solutionner les situations difficiles et les litiges  
Etre une interface efficace entre les différents services de son entreprise, les commerciaux et les clients  
Transmettre et capitaliser les informations

#### Maîtriser les techniques de la communication téléphonique

Les outils essentiels du téléphone : la voix, les mots, le sourire  
Les états intérieurs à développer : l'amabilité, la disponibilité, l'empathie, l'adaptabilité, la notion de service, l'affirmation de soi et la maîtrise de ses émotions  
Les techniques de base : la reformulation, le questionnement, l'écoute active, la force du silence

#### Préparer une communication téléphonique

Connaître le plan d'action commerciale de son entreprise  
Organiser les fichiers  
Etablir le guide d'entretien : argumentaire, objections et réponses  
Connaître l'historique avec le client, le contexte  
Déterminer son objectif et adapter son message  
Présenter la solution ou proposition

#### Structurer l'entretien téléphonique

Les 4C : Contact/Connaître/Convaincre/Conclure  
Etre percutant dès le début de l'entretien  
Travailler sa phrase d'accroche  
Conclure au moment opportun  
Gérer le timing de l'appel  
Rédiger la fiche contact

#### Contourner les objections

Passer le 1er barrage pour obtenir le « bon » interlocuteur  
Obtenir le RDV  
Traiter les objections de départ / de principe  
Traiter les objections de fond (fondées ou non fondées)

#### Les spécificités de la prospection et de la prise de rendez-vous par téléphone

Préparer la prospection :

- . qualifier le prospect (entreprise, décideur, assistante)
- . déterminer contexte et objectif
- . rédiger la phrase d'accroche
- . présenter sa proposition
- . évaluer les barrages, les objections et construire son argumentation
- . préparer les outils (base de données)

Structurer un entretien de prise de RDV :

- . franchir les différents barrages
- . développer un premier contact positif (personnalisation et valorisation)
- . utiliser les phrases d'accroche percutantes
- . écouter activement (découvrir les besoins et motivation du prospect)
- . présenter une proposition claire et précise pour se différencier de la concurrence
- . adapter son argumentaire
- . traiter les objections
- . formuler la proposition de RDV
- . percevoir les réactions, les freins, les signaux d'achats



RC104

7 jours (49h) 3 450,00 €<sup>HT</sup>

- . savoir conclure (comment et quand) positivement
- . reformuler et confirmer le RDV
- . déterminer une date précise de relance et la respecter

### **Relancer un prospect**

- Personnaliser le contexte
- Rappeler le cadre
- Etre persévérant sans lourdeur

### **Organiser le suivi et intégrer la prospection téléphonique dans le process commercial**

- Enrichir la base commerciale
- Programmer les relances
- Etablir les tableaux de bord

### **Compléter la formation avec les modules e-learning offerts :**

- préparer ses entretiens de prospection et de vente par téléphone
- mener ses entretiens de prospection et de vente par téléphone

## **MODULE 3**

### **Négociations Commerciales : Entraînement Intensif**

#### **Faire le point sur sa pratique en matière de négociation**

- Identifier ses qualités et ses axes d'amélioration : à partir des clés de réussite d'une négociation
- Analyser les raisons de ses réussites et de ses difficultés
- S'affirmer dans la négociation

#### **Construire sa grille de préparation**

- Lister ce qui est important de savoir ou d'aller chercher
- Définir sa stratégie
- Etudier un cas qui sera mis ensuite en pratique

#### **S'entraîner au démarrage des entretiens de négociation**

- Respecter une démarche structurée
- S'affranchir de la technique pour :
  - . être sur les enjeux
  - . être disponible pour son interlocuteur
- Garder la maîtrise de l'entretien en toutes circonstances

#### **S'entraîner à la collecte d'informations déterminantes**

- Collecter les informations capitales pour la suite de la négociation
- Instaurer la confiance pour obtenir des informations nécessaires
- Faire exprimer les informations liées aux critères de choix du client
- Faire valider sa compréhension et approfondir

#### **S'entraîner au jeu des concessions/contreparties**

- Appliquer les principes de la négociation
- Rester ferme :
  - . en donnant de la valeur à la solution
  - . en préservant la relation
- Utiliser l'objection comme une occasion de mieux connaître les freins du client
- Enchaîner logiquement vers la conclusion

## **MODULE 4**

### **Formation : Prévenir et Gérer les Litiges au Téléphone - Entraînement Intensif**

#### **Prévenir les litiges clients**

- Clarifier les attentes du client
- Clarifier les réponses à apporter aux attentes du client
- Avoir l'esprit client et le mettre en valeur

# RELATION CLIENT ET VENTE À DISTANCE (PARCOURS PRO)



RC104

7 jours (49h) 3 450,00 €<sup>HT</sup>

## Les spécificités de la communication téléphonique

Adapter le ton, la voix, le rythme verbal et le vocabulaire  
S'intéresser à son interlocuteur par l'écoute active  
Questionner pour recueillir les raisons du litige

## Comprendre les mécanismes du conflit

Adopter la bonne attitude pour trouver une relation gagnant/gagnant  
Les 4 " positions de vie " face à un conflit ou à un stress  
Les interactions possibles selon l'attitude adoptée et leurs conséquences sur la relation client

## Gérer les litiges

Reconnaître les registres de communication utilisés par le client et savoir s'y adapter  
Maîtriser les étapes d'un pic émotionnel  
Bâtir le fil conducteur à dérouler au téléphone pour garantir la solution relationnelle

## Résoudre

Clarifier et s'assurer des intentions communes  
Chercher les points d'accord et les valider  
Construire une position gagnante  
Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand et comment)

## Formaliser

Appliquer les principales clés de construction d'une réponse à une réclamation  
Choisir les mots justes et le style adapté  
Personnaliser la réponse pour valoriser son client  
Transmettre une image positive de sa société

## S'entraîner à maîtriser le fil conducteur pour gérer de façon constructive les litiges

## Méthodes pédagogiques & Evaluation

Chaque étape est mise en pratique sous forme de jeux de rôles, de simulations d'appels à partir de votre fichier clients, de cas pratiques de construction d'argumentaires et de tests par téléphone. Analyse et correction des entretiens, élaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.

Taux de réussite : 100 % (base de calcul : stagiaires ayant réalisé l'intégralité du parcours)

## Contactez-nous

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

## Suivi & Evaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :  
Une évaluation de compétences en ligne en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.  
Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.

## Ressources pédagogiques

Support de formation, exercices...

## Moyens techniques

Nos centres de formation DEMOS, accessibles aux personnes à mobilité réduite, sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux

# RELATION CLIENT ET VENTE À DISTANCE (PARCOURS PRO)



RC104

7 jours (49h) 3 450,00 €<sup>HT</sup>

- Espace de colearning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.