

# Développer ses ventes par téléphone

EC13 – Efficacité commerciale

## DÉTAILS DE LA FORMATION

### + OBJECTIFS

- Développer le chiffre d'affaires en perfectionnant vos techniques commerciales.
- Élaborer le guide d'entretien.
- Construire un argumentaire produit.
- Préparer les réponses aux objections.

### + PUBLIC

- Commerciaux
- Collaborateurs commerciaux
- Technico-commerciaux

### + PRÉREQUIS

- Toute personne ayant une mission d'émission d'appels téléphoniques dans le cadre de son activité professionnelle

### + DURÉE

- 2 jours, soit 14 heures

### + NOMBRE DE STAGIAIRES PAR SESSION

- de 1 à 8 p. maximum par groupe

### + BUDGET

- Inter-entreprises : 360 € H.T / personne
- Intra entreprise : nous consulter

### + DÉLAI D'ACCÈS

- Nous consulter

### + MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Étude de cas pratiques
- Les apports du formateur sont mis en pratique lors de jeux de rôles et simulations en situation de relation téléphonique avec enregistrement et vidéo analyse (optionnel).
- Remise d'un support en couleur contenant le cours du module de formation suivi

### + MODALITÉS D'ÉVALUATION ET FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

- Enquête de satisfaction stagiaire
- Bilan formateur / formatrice
- Remise d'une attestation individuelle de formation
- Délivrance d'une grille des compétences
- Enquête de satisfaction client

Alliance Form'Action

13 rue de la Maladrerie

Hameau Les Povots

10210 CHAOURCE

] 03 25 40 16 53

] 06 23 96 56 82



jf.lhoret@aformation.fr - www.aformation.fr

OF : N° 21 10 00647 10 - N° SIRET : 508 379 328 00042 - TVA FR : 12508379328

AFA20EC13

# PROGRAMME DE FORMATION

## + LES SPÉCIFICITÉS DE LA COMMUNICATION PAR TÉLÉPHONE

- Les principes de communication
- L'adaptation du ton et du rythme verbal
- Le vocabulaire approprié
- L'écoute

## + LE PLAN D'APPEL

- Structurer les étapes d'un appel sortant

## + FRANCHIR LES BARRAGES

- Passer les standards et les secrétariats
- Quelques échappatoires pour mieux éviter les barrages

## + OBTENIR L'ATTENTION DU DÉCIDEUR

- La phrase d'accroche
- La personnalisation du contact

## + L'ARGUMENTATION

- L'argumentation convaincante (choisir ses arguments)
- Présenter son offre de façon claire
- Repérer les signaux d'achat ou les freins à l'achat
- Présenter son prix positivement

## + LA RÉFUTATION DES OBJECTIONS

- Comprendre les raisons de l'objection
- L'arrivée des objections dans la négociation
- Mesurer le bien-fondé de l'objection (vraie ou fausse objection)
- Déterminer le poids des objections
- Établir la liste des objections classiques
- Formaliser des exemples de réponse (qualité, délais, etc.)
- L'objection prix : les différentes techniques de réfutation

## + LA CONCLUSION

- Savoir quand et comment conclure
- Reformuler la confirmation de l'engagement du client