

VENTE PAR TELEPHONE

OBJECTIF : Être productif et à l'aise au téléphone avec les clients.

NIVEAU REQUIS : Ce stage ne nécessite pas de pré-requis.

PUBLIC VISE : Toute personne ayant à traiter avec des clients au téléphone et désirant développer ses compétences commerciales

COMPETENCES VISEES : Traiter un appel client de l'accueil à la conclusion de la vente.

MOYENS PEDAGOGIQUE : Alternance de cours théorique et de cas pratique, possibilité d'adapter les exercices en fonctions des besoins des participants. Support pédagogique remis au stagiaire

MOYENS TECHNIQUE : Vidéo projecteurs, imprimante, ordinateurs

MOYENS D'ENCADREMENT : Cette formation vente est assurée par un expert dans le domaine avec une solide expérience en formation professionnelle.

APPRECIATION DES RESULTATS : Evaluation oral pour attester des connaissances acquis individuellement en fin de formation et questionnaire de satisfaction en fin de formation

LIEU DE FORMATION : Site client ou salle de formation à l'extérieur de l'entreprise

MODE D'ORGANISATION PEDAGOGIQUE : Présentiel en intra entreprise

DUREE : 14 heures

SANCTION : Attestation de formation

Contenu de la formation :

Appréhender la fonction commerciale

S'initier aux métiers de la vente

Identifier le rôle et la fonction du commercial dans l'entreprise

La psychologie de l'acte d'achat : relation basée sur la communication et la confiance

Déterminer les qualités principales du bon vendeur

Méthodes et outils pour améliorer son efficacité commerciale

Pratiquer l'écoute active

Développer l'empathie

Structurer et adapter ses arguments pour convaincre

Établir un contact favorable : la synchronisation et l'empathie

Savoir décrypter leur comportement

Décoder les attentes : le verbal et le non-verbal Identifier, analyser et exploiter les motivations de ses clients

Construire et présenter un argumentaire de vente efficace

Adapter son argumentaire en fonction du profil du client

Maîtriser les techniques de négociation

Identifier ses objectifs et fixer ses marges de négociation

Obtenir une contrepartie à toute concession et proposer des produits alternatifs

Maîtriser les aspects psychologiques du traitement des objections

Négocier autour d'un prix

Choisir le bon mode de conclusion approprié

Acheminer la négociation vers sa conclusion

Optimiser son organisation pour accroître ses performances

Autodiagnostic : sa relation personnelle au temps

Identifier les principales tâches "chronophages"

Hiérarchiser ses priorités

Maîtriser les ratios d'activité