

OPTIMISER L'ACCUEIL ET LA VENTE PAR TÉLÉPHONE

Objectifs :

Gérer de manière efficace l'accueil, la réservation, la vente et l'après-vente par téléphone : Harmoniser la qualité des informations, améliorer le temps de traitement des appels, afin d'optimiser l'image de marque et votre taux de conversion

Personnes concernées :

Personnes en contact téléphonique avec la clientèle : standard, centres d'appel, centrales de réservations, services réservations, réception

Méthode Pédagogique :

Active et participative, basée sur l'alternance d'apports théoriques et l'analyse de situations concrètes rencontrées par les participants
Exposés théoriques et travaux de groupe, débats, études de cas, mises en situations et/ou jeux de rôle avec mise oeuvre de moyens audiovisuels

Évaluation :

Exercices pratiques, simulations.
Questionnaire. Remise d'une attestation de stage

Programme :

Le rôle et l'enjeu stratégiques de l'accueil :

- L'importance du premier contact
- Que vient chercher le client
- Renseignement ou conseil

Les conditions pour bien communiquer :

- L'attitude intérieure, la courtoisie, la disponibilité
- Prendre en considération les attentes et les besoins du client
- Le comportement général : la posture, le sourire et la voix

Les étapes de l'accueil et de la relation téléphonique :

- La prise de contact : la première impression
- La prise en charge adaptée : l'écoute active, le mimétisme
- La vérification de l'information : questionnement, reformulation
- L'aide au choix
- La concrétisation : prise de commande / la réservation
- Préserver la relation jusqu'au moment de la prise de congé ou au-delà

Les conditions d'une vente réussie :

- La façon de se présenter et de représenter l'entreprise
- La présentation de l'offre
- Construire son argumentaire, savoir négocier, savoir dire non
- La fidélisation : le cadre temporel de la vente

Gérer les situations difficiles :

- Désamorcer l'agressivité, gérer les réclamations, la mauvaise foi, négocier
- Aborder un client agressif : écoute et dialogue constructif
- Gérer les litiges, les réclamations

Pour une formation de groupe intra-entreprise : 3 à 4 jours

Programme personnalisé en fonction des objectifs visés avec la possibilité d'organiser la formation en 3 volets :

- volet préparation : analyse de vos besoins spécifiques
- volet formation
- volet suivi de formation : après quelques semaines de mise en application des acquis de la formation

Durée : 2 jours
14 heures