

## OBJECTIF DE LA FORMATION

Maîtriser les dernières techniques de prise de rendez-vous téléphoniques auprès d'une clientèle B to B ou particulière.

## PARTICIPANT

Tout public ayant une activité commerciale.

## PRÉ-REQUIS

Aucun

## FORMATEURS

Spécialiste commercial.

## MODALITÉS ET PÉDAGOGIE

- Questionnaire d'évaluation en début et en fin de formation
- Cas pratiques et études de cas, Quiz
- Horaires : 9h00 à 12h30 – 13h30 à 17h00
- Nombre maximum de stagiaires : 8
- Formation disponible à distance ou en présentiel
- Méthode interactive et intuitive
- Support Stagiaire
- Assistance téléphonique
- Attestation de fin de stage
- Questionnaire de fin de formation

## 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 SECRETARIT

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 et la formulation positive