

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Situer et comprendre les enjeux de sa mission commerciale
- Optimiser la détection et la qualification des besoins du client
- Acquérir les techniques pour rebondir.
- Intégrer les techniques de vente dans les entretiens téléphoniques.
- Répondre en souplesse aux objections.
- Résister aux demandes de négociation.
- Conclure dans une relation gagnant / gagnant.

### ORGANISATION

- **Durée**  
2 journées – 14 Heures
- **Lieu**  
Site de l'entreprise ou site d'ARAMIS Formation
- **Public / Pré requis**  
Toute personne amenée à réaliser des actions commerciales en appel entrant ou sortant

### CONTENU PÉDAGOGIQUE

#### PRENDRE CONSCIENCE DE SA DIMENSION COMMERCIALE AU TELEPHONE

- Mesurer les enjeux du développement commercial de son entreprise
- Se repérer dans sa mission
- Appréhender « l'échec » en prospection

#### OPTIMISER LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION PAR TELEPHONE

- Identifier les passerelles et les différences entre le traitement de l'appel entrant et celui de l'appel sortant
- Développer les « savoir-faire »
- Développer les « savoir-être »

#### REUSSIR SES PREMIERS INSTANTS AU TELEPHONE

- Réussir les premiers instants en appel entrant.
- Accrocher et passer les barrages en appel sortant.
- Créer l'ouverture.
- Questionner en respectant les contraintes de temps du client : la méthode SPID.
- Obtenir les attentes et les motivations du client.

#### MAITRISER LE PROCESSUS CLIENT AU TELEPHONE

- Introduction sur les typologies clients
- Créer le contact avec l'interlocuteur
- Découvrir les pôles d'intérêt du client, les avantages recherchés, ses motivations
- Reconnaître le prospect/client, le valoriser
- Savoir identifier le potentiel
- Amener la prise de commande dans la conversation
- Conclure la conversation

#### DEVELOPPER LE SERVICE CLIENT EN APPEL SORTANT

- Présenter son prix avantageusement.
- Conclure au téléphone.
- Prendre congé et laisser une bonne dernière impression même en cas de refus.

### NEGOCIER ET PRESERVER SES MARGES

- Distinguer vente et négociation.
- Préparer sa négociation commerciale.
- Savoir présenter son offre initiale quoi qu'il arrive.
- Argumenter son prix en développant les arguments appropriés.
- Obtenir une contrepartie à toute concession.
- Finaliser la négociation.

### FAIRE FACE AUX SITUATIONS DIFFICILES

- Le traitement des objections
- Déjouer les manœuvres d'intimidation
- Gérer ses émotions en véhiculant une bonne image de l'entreprise

### MÉTHODES PEDAGOGIQUES

Afin de **favoriser la prise de conscience puis l'acquisition des réflexes** appropriés nous vous proposons des **méthodes pédagogiques actives, dynamiques** qui rendent les participants **acteurs de leur progression** :

- ◇ Test de positionnement individuel
- ◇ Echanges d'expériences à partir du vécu des participants.
- ◇ Brainstorming en grand groupe, travail en sous-groupes sur les problématiques rencontrées pour lesquels les participants expriment des difficultés
- ◇ Apports théoriques et méthodologiques par le formateur à chaque point clé.
- ◇ **Les participants travaillent à partir de cas pratique (s) réel(s)** : Jeux de rôles, entraînements guidés suivis de séance de débriefing à chaud
- ◇ **Perfectionnement d'outils : tout au long de la formation le consultant enrichit les outils existants.**

**NOTRE MEMO, véritable guide opérationnel est remis à chaque participant.** Il comprend les points clés évoqués en cours de formation accompagnés des fiches mnémotechniques

### EVALUATION / VALIDATION

- ◇ Quizz de contrôle de connaissances en lien avec le positionnement initial
- ◇ Remise d'une attestation de formation