



2 jours

4 min.
10 max.Intra (groupe de 10 personnes max.) :
- locaux clients : 980€ HT / jour
- locaux ARAMIS : 1 100€ HT / jour

Nous contacter

Objectifs & compétences visées

- Mesurer les enjeux de la vente additionnelle en réception d'appels
- Comprendre la mission attendue et être motivé par la valeur ajoutée du service rendu au client
- Optimiser ses techniques de vente et de détection de projet en appels entrants
- Savoir construire des arguments
- Conclure une vente additionnelle

Pour qui ? Tout public.

Prérequis & modalités d'accès

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Conditions d'accueil

- Toutes nos salles sont ergonomiques et adaptées à l'accueil du public
- Elles sont également accessibles aux personnes en situation de handicap. Dans ce cas, nous contacter
- Collation et café offerts

Méthodes pédagogiques

- Afin de favoriser la prise de conscience puis l'acquisition des réflexes appropriés, nous vous proposons une méthode pédagogique active et dynamique qui rend les participants acteurs de leur progression et assure leur forte implication dans leur montée en compétences
- Le formateur prendra appui en permanence sur le vécu des participants pour les aider à neutraliser les freins et trouver leurs propres solutions.
- Dans la mesure du possible, il serait souhaitable de pouvoir disposer d'enregistrement d'appels en amont de la formation (4 à 5 appels par participant)
- Exercices : jeux de communication pour rappeler les différents "cadre de référence" des clients, exercices sur les avantages d'un produit/service, exercices sur les techniques d'argumentaires, travaux en sous-groupes, simulations d'appels pour faciliter le développement des techniques proposées et la prise d'initiative commerciale, autodiagnostic de chaque participant., analyse des appels par le groupe et apports du formateur
- Les produits et services pour lesquels les participants sont les moins à l'aise (à définir en amont) feront l'objet des principaux *trainings*
- Possibilité d'effectuer des appels réels à partir d'un fichier client
- Nos formateurs sont des professionnels et/ou des experts dans leur domaine : ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations professionnelles continues, et adaptent leur pédagogie au public accueilli. Pour ce faire, ils utilisent le vécu des participants et les échanges sur leurs expériences
- Synthèse à la fin de chaque journée avec expression des participants

I. Poser les bases pour comprendre et réaliser la mission attendue

- Les enjeux de la démarche commerciale
- L'offre: forces et faiblesses, facteurs clés de succès pour contrebalancer la concurrence
- L'environnement économique concurrentiel
- Comprendre le fonctionnement et le comportement d'achat des clients

II. Déterminer la mission attendue et trouver la motivation pour agir

- L'enjeu de la relation de proximité avec le client
- Définir la notion de rebond commercial et de vente/conseil personnalisé
- Adopter les démarches de vente, de promotion, de fidélisation
- Définir ce qu'est la "vente additionnelle" (action commerciale, de conseil, de service, de communication)
- Trouver sa propre motivation pour agir

III. Développer les compétences de la vente additionnelle

- Savoir expliquer un produit, un service à son interlocuteur, traduire le vocabulaire technique
- Comprendre la différence entre « parler d'un produit » et « vendre un produit ou un service ou une solution adaptée »
- Exploiter la documentation commerciale comme outil de conseil et d'aide à la vente
- Comprendre la notion de « bénéficiaire client » et d'« avantage »

- Maîtriser le « CAB » pour les produits à proposer dans les relations au téléphone

IV. Intégrer la vente additionnelle dans les entretiens téléphoniques

- Vente additionnelle ou complémentaire
- Comment intégrer la vente additionnelle dans une relation de suivi client
- Se préparer, s'organiser, structurer son entretien
- Savoir à quel moment de l'entretien réaliser les ventes additionnelles ou complémentaires
- Comment découvrir la situation du client

V. Structurer son entretien

- Les 7 étapes d'un entretien
- Détails : maîtriser la phase de découverte
 - * Comprendre le cadre de référence du client, sa motivation prioritaire
 - * Donner envie à l'interlocuteur de s'exprimer à partir du climat relationnel
 - * Poser des questions ouvertes : Q.Q.O.Q.C.P
 - * Développer l'écoute (écoute active, sélective)
 - * Reformuler les informations recueillies
- Détails : maîtriser la phase de vente additionnelle et/ou complémentaire
 - * Rebondir à partir des informations client dont on dispose
 - * Comprendre les liens entre la situation du client et les produits ou services qu'il détient
 - * Repérer les motivations d'achat pour la proposition de produits ou services adaptés

- * Recueillir les informations complémentaires utiles
- * Utiliser les mêmes techniques de questionnement que pour la découverte
- * Proposer le produit ou service adéquat
- * Présenter les arguments les plus percutants
- * Repérer les signaux d'acceptation, de prise de décision, de repli, traiter les objections, reconnaître une objection
- * Connaître les réponses pertinentes aux objections les plus courantes, encourager le oui, l'acceptation de la proposition
- * Savoir conclure l'entretien
- * Impliquer le client dans la prise de décision
- * Savoir dédramatiser la situation si nécessaire
- * Prévoir et préparer la relation future
- * Programmer le rappel du client

Les + de la formation !

- La formation allie **théorie et pratique** pour des mises en situation et des échanges constructifs entre stagiaires et formateur.
- Le stagiaire repart de la formation avec un **livret de formation**, véritable guide opérationnel, qui reprend les points clés du stage.
- **Entraînement à partir des situations professionnelles.**
- Une **hotline** disponible durant 1 mois à l'issue de la formation, afin que nos formateurs puissent répondre aux questions des participants !

Modalités d'évaluation

- En début de formation, des objectifs de progrès sont formulés par les participants, et repris en fin de formation pour évaluation.
- **Evaluation des acquis** : Selon le contenu de la formation suivie : quiz, exercices pratiques, mises en situation et jeux de rôles...soit sur papier, soit par voie numérique
- **Evaluation de la satisfaction** : A chaud à l'issue du stage soit sur papier, soit par voie numérique.

Date de mise à jour : Juin 2021

A l'issue de la formation, le participant reçoit une attestation.

Pour tout renseignement, nous contacter :
aramis@aramis.fr / 02.51.80.41.10

aramis
FORMATION