

PROGRAMME DETAILLE

BUSINESS-FORCE DE VENTE

Réf. BU01029 TELEVENTE FORMATION A LA VENTE AU TELEPHONE

PUBLIC :

Commerciaux, vendeurs en magasin... ou toute personne nécessitant renforcer sa technique de vente au téléphone.

PRÉ- REQUIS :

Aucun.

OBJECTIFS :

Maîtriser les méthodes et principes essentiels de la vente au téléphone.

DURÉE :

2 jours.

MÉTHODES ET OUTILS

PÉDAGOGIQUES :

Formation dispensée par un formateur professionnel spécialisé principalement dans la vente et l' action commerciale. Présentation théorique et cas pratiques. Jeux de rôle, projections vidéo, tableau mural et divers supports de cours.

Méthode pédagogique participative. Validation des acquis (QCM). Attestation de formation. Formation théorique et pratique.

LIEU DE FORMATION :

En stage ou en intra.

EFFECTIF :

1 à 16 personnes.

Date d'élaboration 18/06/20
Dernière mise à jour 18/06/20
Version : 1

Vous avez un besoin de formation sur la **TELEVENTE** ? Profitez de nos solutions formatives dédiées à vos besoins et adaptées à votre activité professionnelle. Nos formateurs sont des professionnels recrutés pour leur expérience professionnelle et leur expertise. Nos consultants traceront avec vous un programme ciblé sur les précisions de vos demandes.

Partout en France : Amiens, Angers, Bordeaux, Dijon, Grenoble, Le Havre, Le Mans, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Nice, Nîmes, Orléans, Paris, Perpignan, Reims, Rennes, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse, Tours, Villeurbanne...

CONTENU

Introduction

- Présentation de la formation.
- Présentation du formateur.
- Présentation des stagiaires, leurs acquis et objectifs.

Les techniques de communication par téléphone

- Maîtriser ses appréhensions.
- La voix.
- Le langage.
- L'élocution.
- L'écoute active.

Préparation de l'entretien téléphonique

- Les supports de travail.
- Organisation des appels.
- L'argumentaire.
- La fiche de suivi.

L'action commerciale

- La maîtrise de l'entretien téléphonique.
- Les étapes de la négociation.
- Les techniques d'argumentation.
- La conclusion.

Placer la vente dans une perspective intelligente

- Le contexte actuel.
- Les exigences d'une clientèle très sollicitée.

La communication

- Transmission d'un message.
- Dégradation du message.
- Les filtres.

Les étapes de la vente

- Présentation.
- Découverte.
- Argumentation.
- Traitement des objections.

Fin de formation

- Conclusions.
- Test de niveau et correction.
- Evaluation qualitative.
- Validation des acquis.
- Remise de l'attestation de formation.
- Remise d'un support de cours et documents annexes.

