



# CATALOGUE DES FORMATIONS 2025 2026

Dernière version applicable au 1er janvier 2025

## SOMMAIRE

|                                                                                |      |
|--------------------------------------------------------------------------------|------|
| -Apprentissage aux techniques du marketing et de la communication téléphonique | p.2  |
| -Accueil physique et téléphonique : un accueil de qualité                      | p.5  |
| -Prospection et prise de rendez-vous par téléphone                             | p.9  |
| -Prospection et prise de rendez-vous : Vendre et négocier par téléphone        | p.11 |
| -Technique de vente                                                            | p.14 |
| -Accueil client en magasin : maîtriser la relation client                      | p.18 |
| -Gestion du stress au téléphone :                                              |      |
| Gérer les situations difficiles avec diplomatie et détermination               | p.20 |

## APPRENTISSAGE AUX TECHNIQUES DE MARKETING ET DE COMMUNICATION TELEPHONIQUE

### Objectifs :

- Assurer pleinement sa mission d'accueil.
- Accueillir avec professionnalisme.
- Valoriser activement l'image de l'entreprise.
- Etre plus à l'aise face aux situations délicates.
- Utiliser efficacement le téléphone dans le cadre d'activités commerciales telles que :
  - Création de trafic.
  - Prospection.
  - Détection de projets / besoins.
  - Prise de rendez-vous.
  - Vente.
  - Qualification de fichiers.
- Mise en place et gestion d'action d'émission d'appels.

### Public visé :

- Toute personne souhaitant optimiser sa communication par téléphone (Standardiste, commercial, téléprospecteur, assistant commercial).

### Moyens et méthodes pédagogiques :

- Exposé interactif dont le fil conducteur est l'entreprise.
- Apports théorique et pratique.
- Entraînements avec scénarios construits, jeux de rôles, analyse et correction des entretiens
- Elaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.
- Support de cours formation.
- Mise en situation à partir du quotidien des participants.
- Retour d'expérience : échanges sur les difficultés rencontrées, échanges sur les bonnes pratiques et/ou méthodologies.

**Formateurs experts:** Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

**Pré requis :** Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

**Dates et Lieux:** Selon vos disponibilités, dans vos locaux

**Durée :** 3 journées.

**Nombre de personnes :** De 1 à 10 personnes.

**Tarif :** 980€/jour.

## Programme :

### *Le marketing téléphonique = durée estimée ½ journée*

- Définition
- Le téléphone : un outil commercial
- Les bases de la communication téléphonique
- Les règles fondamentales de l'accueil téléphonique
- Les règles d'une bonne communication

### *Les techniques de communication = durée estimée ½ journée*

- L'adaptation du ton et du rythme
- Maîtriser sa voix : sourire, débit, intonation, volume, articulation
- Se garantir l'attention de son interlocuteur
- L'écoute active
- La directivité
- Utiliser les mots et formules positives.
- La reformulation
- L'alternative
- L'appel du « oui »
- Jeux de rôles

### *L'entretien téléphonique = durée estimée ½ journée*

- Les bases du discours
- La préparation de l'appel
- Construire un argumentaire
- Savoir passer un barrage secrétaire
- Préparer les réponses aux objections
- Gérer les rappels et les re-contacts
  - ✓ Exercice : élaboration d'un argumentaire
  - ✓ Exercice : élaboration de réponses aux objections
  - ✓ Jeux de rôles

**Le savoir faire = durée estimée ½ journée**

- Décrocher le téléphone.
  - Se présenter.
  - Intercepter un appel.
  - Identifier l'appelant.
  - Transférer un appel.
  - Prendre un message.
  - Mettre en attente.
  - Gérer plusieurs appels.
  - Ré-orienter un appel.
  - Savoir écourter un appel.
  - Les annonces vocales.
- Jeux de rôles

**Le plan d'appel = durée estimée ½ journée**

- La prise de contact
  - La découverte
  - L'argumentation
  - La conclusion
- Jeux de rôle

**Agir en professionnel = durée estimée ½ journée**

- Maîtriser ses réactions.
- Gérer son stress et ses émotions.
- S'adapter aux différences culturelles.
- Adopter des techniques efficaces pour désamorcer les tensions et apaiser les situations conflictuelles
- Faire face aux imprévus
- Détecter les situations potentiellement délicates pour anticiper
- Le cas particulier des situations extrêmes : violence verbale ou physique, rupture de la communication

- Nombreuses mises en situation par jeux de rôles

## ACCUEIL PHYSIQUE ET TELEPHONIQUE : UN ACCUEIL DE QUALITE

### Objectifs :

- Accueillir avec professionnalisme et valoriser activement l'image de l'entreprise.
- Assurer pleinement sa double mission d'accueil téléphonique et physique.
- Accueillir avec professionnalisme.
- Valoriser activement l'image de son entreprise.
- Être plus à l'aise face aux situations délicates.
- Optimiser l'organisation de son poste de travail.
- Utiliser efficacement le téléphone.
- Mise en place et gestion d'action d'émission d'appels.

### Public visé :

- Toute personne souhaitant optimiser sa communication par téléphone (Standardiste, commercial, téléprospecteur, assistant commercial).
- Toute personne assurant la double fonction d'accueil physique et téléphonique (émission et réception d'appels).

### Moyens et méthodes pédagogiques :

- Exposé interactif dont le fil conducteur est l'entreprise.
- Apports théorique et pratique.
- Entraînements avec scénarios construits, jeux de rôles, analyse et correction des entretiens
- Elaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.
- Support de cours formation.
- Mise en situation à partir du quotidien des participants.
- Retour d'expérience : échanges sur les difficultés rencontrées, échanges sur les bonnes pratiques et/ou méthodologies.

**Formateurs experts:** Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

**Pré requis :** Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

**Dates et Lieux:** Selon vos disponibilités, dans vos locaux

**Durée :** 3 journées.

**Nombre de personnes :** De 1 à 10 personnes.

**Tarif :** 980€ / jour

## Programme :

### Accueil physique = durée estimée ½ journée

- Soigner l'image offerte au visiteur.
- Réussir la première impression.
- Prendre en charge les visiteurs :
  - Les attitudes adaptées.
  - Les mots justes pour chaque circonstance.
  - Veiller à la qualité de son espace de réception.
- Valoriser sa présentation physique en concordance avec son entreprise.
- Valoriser son "capital image" : son style ; son esthétique.
- Identifier les besoins et attentes spécifiques du client.
- Repérer ce qu'expriment le corps, les postures et les regards.
- Assurer un accueil "maîtrisé" et professionnel, grâce aux 3 attitudes clés :
  - Ecoute active.
  - Disponibilité.
  - Adaptation aux situations et aux personnes.
- Agir en professionnel :
  - Maîtriser ses réactions.
  - Gérer son stress et ses émotions.
  - S'adapter aux différences culturelles.
  - Adopter des techniques efficaces pour désamorcer les tensions et apaiser les situations conflictuelles.
  - Faire face aux imprévus.
  - Détecter les situations potentiellement délicates pour anticiper.
    - Mise en situations par jeux de rôles

### Savoir communiquer l'image de l'entreprise : = durée estimée ½ journée

- Trouver le juste milieu entre l'empathie et l'excès de zèle.
- Créer un climat de confiance.
- Utiliser les expressions et mots positifs qui contribuent à une image de marque positive et active.

**Attitude du personnel d'accueil : durée estimée 2 heures**

- Maîtrise de soi, de son stress et de celui de l'interlocuteur.
- Attitudes à adopter face à l'interlocuteur.
- Développer son aisance relationnelle.

**Le savoir-faire : durée estimée ½ journée**

- Décrocher le téléphone.
- Se présenter.
- Intercepter un appel.
- Identifier l'appelant.
- Transférer un appel.
- Prendre un message.
- Mettre en attente.
- Gérer plusieurs appels.
- Ré-orienter un appel.
- Savoir écouter un appel.
- Les annonces vocales.
- Mise en situations par jeux de rôles

**L'entretien téléphonique : = durée estimée ½ journée**

- Les bases du discours.
- Structures d'entretiens et d'appels.
- Placer sa voix.
- Intonation, articulation, débit, volume.
- Sourire au téléphone.
- Transmission efficace de l'appel.
- Prendre un message de façon claire.
- Garder le contrôle de la conversation.
- Savoir canaliser l'interlocuteur.
- Savoir être directif.

**Faire patienter : = durée estimée 2 heures**

- Parler pour maintenir le contact (faire patienter sans faire attendre).
- Utiliser des mots ou expressions afin de « Meubler le silence ».
- Utiliser les bonnes formules.
- Reprendre un appel de façon chaleureuse.
- Mise en situations par jeux de rôles

**Structure de l'accueil : = durée estimée ½ journée**

- Importance du premier contact, des premières secondes avec son interlocuteur.
- La phase de découverte : écouter pour identifier la requête véritable du client :
  - Identifier le besoin par un questionnement ciblé.
  - Utiliser la reformulation pour installer la confiance.
- Analyse des motivations de l'interlocuteur.
- Gestion des émotions.
- Apporter au client une solution pertinente à sa demande.
- Expliquer, conseiller, orienter.
- Communication verbale.
- Traitement des objections et des insatisfactions.
- Conclusion de l'entretien.
- Nombreuses mises en situations par jeux de rôles.

## Prospection et prise de rendez-vous par téléphone

### Objectifs

- Organiser son action de prospection téléphonique.
- Communiquer une bonne image de son entreprise.
- Qualifier ses prospects.
- Obtenir le rendez-vous.
- Savoir traiter les refus

### Public :

- Toute personne souhaitant optimiser sa prospection (Commercial, téléprospecteur, assistant commercial)
- Toute personne souhaitant optimiser l'efficacité de sa prise de rendez-vous par téléphone.
- Toute personne ayant pour objectif de développer ses ventes.

### Moyens et méthodes pédagogiques :

- Exposé interactif dont le fil conducteur est l'entreprise.
- Apports théorique et pratique.
- Entraînements avec scénarios construits, jeux de rôles, analyse et correction des entretiens
- Elaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.
- Support de cours formation.
- Mise en situation à partir du quotidien des participants.
- Retour d'expérience : échanges sur les difficultés rencontrées, échanges sur les bonnes pratiques et/ou méthodologies.

**Formateurs experts:** Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

**Pré requis :** Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

**Dates et Lieux:** Selon vos disponibilités, dans vos locaux.

**Nombre de personnes :** De 1 à 10 personnes.

**Durée :** 2 journées.

**Tarif :** 980€ / Jour.

## Programme

### Prospection et prise de rendez-vous

Décrocher plus de rendez-vous utiles par téléphone

#### Préparer sa séance de prospection = *durée estimée ½ journée*

- a. Créer un environnement propice à l'appel :
    - ✓ Fichiers et argumentaires adaptés.
  - b. Identifier et qualifier les interlocuteurs pertinents.
    - ✓ Cibler le décideur final.
    - ✓ Se fixer un objectif et un timing par vague d'appel.
    - ✓ Se conditionner positivement.
- Jeux de rôles : obtenir le rendez-vous.

#### Inspirer confiance dès les premiers instants = *durée estimée ½ journée*

- a. Franchir les différents barrages :
    - ✓ Accueil secrétaire.
    - ✓ Personnaliser le contact.
    - ✓ Capter l'intérêt du prospect dès le début de l'appel
  - b. Utiliser les mots qui « font mouche » au téléphone.
  - c. Adopter les attitudes positives :
    - ✓ Dynamisme ;
    - ✓ Enthousiasme.
    - ✓ Sourire
- Jeux de rôles : passer les barrages et réussir ses accroches.

#### Obtenir le rendez-vous = *durée estimée 1 journée*

- ✓ Proposer rapidement le rendez-vous.
- ✓ Rebondir sur les objections spécifiques à la prospection pour obtenir le rendez-vous.
- ✓ Donner / Renforcer l'envie du prospect.
- ✓ Préserver la relation de confiance avec le prospect même face à l'agressivité.
- ✓ Se remotiver après un appel non abouti.
- ✓ Mise en situation : rebondir sur les objections.
- ✓ Formaliser les informations obtenues sur le prospect.
  - a. Programmer les relances.
  - b. Réaliser les relances.
  - c. Suivre ses résultats : savoir s'auto-analyser pour augmenter son taux de réussite.
  - d. Atelier pratique : optimiser son plan de prospection.
- ✓ Réussir sa prise de congés.

→ Mise en situation par jeux de rôles.

## Prospection et prise de rendez-vous : Vendre et négocier par téléphone

### Objectifs

- Organiser son action de prospection téléphonique.
- Communiquer une bonne image de son entreprise.
- Qualifier ses prospects.
- Obtenir le rendez-vous.
- Savoir traiter les refus.
- Convaincre et conclure au téléphone.
- Résister aux demandes de négociation.
- Résoudre les situations délicates avec tact.

### Public visé:

- Toute personne souhaitant optimiser l'efficacité de sa prise de rendez-vous par téléphone.
- Toute personne ayant pour objectif de développer ses ventes et fidéliser ses clients par téléphone.
- Assurer la prospection et la prise de rendez-vous téléphonique.

### Moyens et méthodes pédagogiques :

- Exposé interactif dont le fil conducteur est l'entreprise.
- Apports théorique et pratique.
- Entraînements avec scénarios construits, jeux de rôles, analyse et correction des entretiens
- Elaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.
- Support de cours formation.
- Mise en situation à partir du quotidien des participants.
- Retour d'expérience : échanges sur les difficultés rencontrées, échanges sur les bonnes pratiques et/ou méthodologies.

**Formateurs experts:** Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

**Pré requis :** Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

**Dates et Lieux:** Selon vos disponibilités, dans vos locaux

**Nombre de personnes :** De 1 à 10 personnes.

**Durée :** 4 journées.

**Tarif :** 980€ / Jour.

## Programme

### A. Prospection et prise de rendez-vous

Décrocher plus de rendez-vous utiles par téléphone

#### Préparer sa séance de prospection = *durée estimée ½ journée*

- a. Créer un environnement propice à l'appel :
    - ✓ Fichiers et argumentaires adaptés.
  - b. Identifier et qualifier les interlocuteurs pertinents.
    - ✓ Cibler le décideur final.
    - ✓ Se fixer un objectif et un timing par vague d'appel.
    - ✓ Se conditionner positivement.
- Jeux de rôles : obtenir le rendez-vous.

#### Inspirer confiance dès les premiers instants = *durée estimée ½ journée*

- a. Franchir les différents barrages :
    - ✓ Accueil secrétaire.
    - ✓ Personnaliser le contact.
    - ✓ Capter l'intérêt du prospect dès le début de l'appel
  - b. Utiliser les mots qui « font mouche » au téléphone.
  - c. Adopter les attitudes positives :
    - ✓ Dynamisme ;
    - ✓ Enthousiasme.
    - ✓ Sourire
- Jeux de rôles : passer les barrages et réussir ses accroches.

#### Obtenir le rendez-vous = *durée estimée 1 journée*

- ✓ Proposer rapidement le rendez-vous.
  - ✓ Rebondir sur les objections spécifiques à la prospection pour obtenir le rendez-vous.
  - ✓ Donner / Renforcer l'envie du prospect.
  - ✓ Préserver la relation de confiance avec le prospect même face à l'agressivité.
  - ✓ Se remotiver après un appel non abouti.
  - ✓ Mise en situation : rebondir sur les objections.
  - ✓ Formaliser les informations obtenues sur le prospect.
    - a. Programmer les relances.
    - b. Réaliser les relances.
    - c. Suivre ses résultats : savoir s'auto-analyser pour augmenter son taux de réussite.
    - d. Atelier pratique : optimiser son plan de prospection.
  - ✓ Réussir sa prise de congés.
- Jeux de rôles

## B. Vendre et négocier par téléphone

Accélérer ses ventes par téléphone

### Acquérir les bons réflexes de la communication au téléphone = *durée estimée ½ journée*

- Intégrer les spécificités de la communication au téléphone.
  - Etre un « communicant » efficace : surmonter les risques du téléphone :
    - ✓ Les pièges et freins qui guettent la relation client par téléphone
    - ✓ Les précautions à prendre pour une communication efficace
  - Adapter son expression verbale (voix, ton, articulation, débit).
  - Choisir les mots adaptés à la communication par téléphone.
- Jeux de rôles

### Vendre par téléphone = *durée estimée 1 journée*

- Se comporter en « ambassadeur » des produits et services de son entreprise
    - ✓ Trouver le juste milieu entre l'empathie et l'excès de zèle
    - ✓ Utiliser les expressions et mots positifs qui contribuent à une image de marque positive et active
  - Réussir les premiers instants en appel entrant/sortant.
  - Pratiquer l'écoute active :
    - ✓ Identifier le besoin par un questionnement ciblé
    - ✓ Utiliser la reformulation pour installer un climat de confiance.
  - Déterminer les attentes et les motivations du client en respectant les contraintes de temps du client.
  - Susciter l'adhésion du client : donner envie, donner confiance
    - ✓ Expliquer, conseiller, orienter commercialement.
  - Développer une argumentation commerciale persuasive.
  - Traiter les objections avec souplesse
  - Présenter son prix avantageusement.
  - Verrouiller la négociation
  - Conclure au téléphone :
    - ✓ Conclure en valorisant ce qui a été décidé et la suite à donner
    - ✓ Valider la satisfaction du client
  - Prendre congé et laisser une bonne dernière impression même en cas de refus.
- Jeux de rôles

### Situations délicates = *durée estimée ½ journée*

- Concilier tact et détermination auprès des clients
  - Différencier insatisfaction, réclamation et conflit
  - Passer d'une situation problématique à une relation qui fidélise le client
  - Annoncer avec tact des modifications (délai de livraison, d'intervention, hausse de tarifs)
- Jeux de rôles

## Techniques de vente

### Objectifs :

- Apporter des bases opérationnelles en techniques de vente (prospection, entretien de vente, négociation, conclusion, fidélisation) par des apports théoriques et pratiques.
- Dérouler un processus commercial complet.
- Etablir et mettre en œuvre un plan de prospection.
- Maîtriser les étapes de l'entretien commercial en face à face.
- Savoir argumenter et traiter les objections, conclure une vente puis fidéliser le client.
- Gérer son temps et ses attitudes pour optimiser son efficacité professionnelle.
- Les pratiques seront basées sur des jeux de rôles.

### Public :

- Commerciaux
- Attachés Commerciaux
- Toutes personnes souhaitant acquérir les techniques de vente, souhaitant s'améliorer sur les "fondamentaux" des techniques de vente et des attitudes commerciales.

### Moyens et méthodes pédagogiques :

- Exposé interactif dont le fil conducteur est l'entreprise.
- Apports théorique et pratique.
- Entraînements avec scénarios construits, jeux de rôles, analyse et correction des entretiens
- Elaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.
- Support de cours formation.
- Mise en situation à partir du quotidien des participants.
- Retour d'expérience : échanges sur les difficultés rencontrées, échanges sur les bonnes pratiques et/ou méthodologies.

**Formateurs experts:** Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

**Pré requis :** Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

**Dates et Lieux:** Selon vos disponibilités, dans vos locaux.

**Nombre de personnes :** De 1 à 10 personnes.

**Durée :** 4 Journées.

**Tarif :** 980€ / Jour.

## Programme

### 1. Prospecter efficacement = durée estimée 1 journée

#### *Préparation de la prospection*

- Définir les objectifs dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise
- Elaborer et qualifier la base de données
- Préparer les outils : argumentaire, objections

#### *Connaître les techniques de prospection*

- Différentes méthodes : le publipostage, le téléphone, la prospection directe, Internet, les salons professionnels

#### *Prospection téléphonique*

- Découvrir les clés de la communication téléphonique
- Baliser les étapes de l'entretien (accroche, proposition, conclusion)
- Passer les barrages secrétaires
- Prendre RDV
- Répondre aux objections
- Rester positif et motivé

#### *Maîtriser la prospection*

- Conduire un premier entretien
- Identifier les principes de la communication
- Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure
- Découvrir les étapes clés de l'entretien
- Développer un climat de confiance
- Découvrir les premiers mots qui font vendre

#### *Bilan de la prospection*

- Relancer par téléphone
- Elaborer des tableaux de bord
- Mettre à jour la base de données grâce aux informations recueillies

## 2. Les techniques de vente et de négociation = durée estimée 2 journées

### *Préparation de l'entretien*

- Etablir l'objectif de l'entretien et la stratégie à mettre en œuvre
- Connaître ses marges de manœuvre
- Collecter les informations clients existantes (historique d'achat, quantité, décisionnaire)
- Préparer la découverte

### *Accueil et prise de contact*

- Accueillir le client
- Se présenter
- Présenter le déroulement de l'entretien
- Introduire la société / Présenter les nouveautés

### *Découverte des besoins*

- Faire parler le client
- Découvrir le client / l'entreprise
- Découvrir ses besoins et motivations d'achat
- Utiliser la reformulation et l'écoute active

### *Phase d'argumentation*

- Passer des caractéristiques aux avantages et bénéfices client
- Présenter le prix avantageusement
- Négocier en 5 temps

### *Traitement des objections*

- Connaître les types d'objections
- Comprendre leurs origines et leurs raisons
- Traiter les objections
- Réussir à les anticiper

### *Conclusion et prise de congé*

- Repérer les signaux d'achats
- Favoriser la prise de décision finale
- Obtenir un engagement
- Rester positif même en cas d'échec

### *Fidélisation*

- Relance qualifiée
- Mettre en place des tableaux de bord et les tenir à jour
- Développer une stratégie pour le futur

**3. Gestion du temps, organisation personnelle et savoir-être du vendeur efficace = durée estimée 1 journées**

***Le temps***

- Gérer son temps
- Organiser son emploi du temps
- Savoir se préserver, des autres et de soi
- Identifier les mangeurs de temps et s'en protéger

***L'organisation au quotidien du commercial***

- Déterminer ses objectifs et ses priorités
- Anticiper et planifier

***Savoir s'adapter***

- Se connaître
- S'affirmer
- Rester flexible et ferme Soigner sa présentation personnelle et sa communication interpersonnelle
- Rester " battant " dans les difficultés

- Mise en situation par jeux de rôle
- Simulation d'une vente en face à face (travail individuel).

## Accueil client en magasin : Maîtriser la relation client

### Objectifs :

- Maîtriser la relation commerciale dans la fonction de l'accueil.
- Valoriser l'image de l'entreprise par une prise en charge efficace du client.
- Assurer un accueil de qualité propice à l'échange et la communication.
- Capitaliser sur une image agréable et rassurante.

### Public :

- Chef de rayon.
- Manager de rayon.
- Hôtesse et hôte d'accueil.
- Vendeur (se).
- Adjoint(e) chef de rayon.

### Moyens et méthodes pédagogiques :

- Exposé interactif dont le fil conducteur est l'entreprise.
- Apports théorique et pratique.
- Entraînements avec scénarios construits, jeux de rôles, analyse et correction des entretiens
- Elaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.
- Support de cours formation.
- Mise en situation à partir du quotidien des participants.
- Retour d'expérience : échanges sur les difficultés rencontrées, échanges sur les bonnes pratiques et/ou méthodologies.

**Formateurs experts:** Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

**Pré requis :** Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

**Dates et Lieux:** Selon vos disponibilités, dans vos locaux.

**Durée :** 3 journées.

**Nombre de personnes :** De 1 à 10 personnes.

**Tarif :** 980€ / Jour.

## Programme

### Les enjeux de l'accueil pour une entreprise = *durée estimée 1 journée*

- Développer une image propre à votre culture d'entreprise
- Appréhender la situation de la personne accueillie
  - ✓ Identifier ses motivations
  - ✓ Capitaliser sur ses attentes
- Savoir éviter les sources de mécontentement ou les frustrations
- Le cadre de l'accueil en magasin
- Situer son style d'accueil dans différentes situations
- Inventaire des situations et comportements à adopter en fonction des situations
- Renforcer les attitudes positives et faire d'une force ses points "négatifs"
  - Mise en situation par jeux de rôle

### Identifier les fondamentaux de l'accueil = *durée estimée ½ journée*

- Les points essentiels de l'accueil en magasin
  - ✓ La posture à privilégier à l'accueil
  - ✓ Le vocabulaire professionnel et propre à la culture de son entreprise
- Le sourire et le savoir être
- La prise en charge du client

### Appréhender Les techniques de communication à l'accueil = *durée estimée 1 journée*

- La communication verbale et non verbale
- Savoir développer un climat de confiance
- Gérer les situations difficiles en maîtrisant son stress ou ses émotions
- Savoir s'affirmer et conduire un échange
  - Mise en situation par jeux de rôle

### Traiter les différentes demandes = *durée estimée ½ journée*

- La demande précise ou la demande à relayer
- La demande de documentation, de conseil, d'information, de rendez-vous...
- Orienter le client dans son magasin
- Accueillir et analyser les réclamations
- Rassurer le client
- Assurer un suivi en interne et face au client
  - Mise en situation par jeux de rôle

## GESTION DU STRESS AU TELEPHONE GERER LES SITUATIONS DIFFICILES AVEC DIPLOMATIE ET DETERMINATION

### Objectifs :

- Optimiser l'accueil téléphonique en toutes situations.
- Valoriser l'image de marque de l'entreprise.
- Minimiser les pertes de temps dues au mauvais traitement des messages.
- Faire face aux agressions, aux personnalités et aux situations difficiles.
- Gérer son stress.

### Public visé :

- Toute personne souhaitant optimiser sa communication par téléphone.
- Hôtesse-standardistes.
- Responsables de l'accueil
- Assistant(e)s de direction.
- Commercial(e)s
- Assistant(e)s commercial(e)s
- Téléprospecteurs

### Moyens et méthodes pédagogiques :

- Exposé interactif dont le fil conducteur est l'entreprise.
- Apports théorique et pratique.
- Entraînements avec scénarios construits, jeux de rôles, analyse et correction des entretiens
- Elaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.
- Support de cours formation.
- Mise en situation à partir du quotidien des participants.
- Retour d'expérience : échanges sur les difficultés rencontrées, échanges sur les bonnes pratiques et/ou méthodologies.

**Formateurs experts:** Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

**Pré requis :** Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

**Dates et Lieux:** Selon vos disponibilités, dans vos locaux.

**Durée :** 3 journées.

**Nombre de personnes :** De 1 à 10 personnes.

**Tarif :** 980€ / jour.

## Programme :

De l'accueil au traitement des appels difficiles

### Le marketing téléphonique

- Définition
- Le téléphone : un outil commercial

### Les techniques de la communication téléphonique = *durée estimée ½ journée*

- Comment se présenter et incarner personnellement l'entreprise.
  - L'importance des premières secondes : réussir la première impression.
  - Utiliser les expressions et mots positifs qui contribuent à une image de marque positive et active.
  - Créer un climat de confiance : les questions qui permettent d'identifier les vrais besoins et attentes spécifiques du client.
  - Les bénéfices de l'écoute active et la reformulation des attentes.
  - Identifier, rassurer et valoriser l'interlocuteur.
  - Savoir reconnaître un interlocuteur au bout du fil et lui faire sentir immédiatement qu'il est important et compris.
  - Filtrer les appels avec diplomatie et efficacité.
  - Faire patienter sans "faire attendre" : rassurer, valoriser, reprendre un appel de façon chaleureuse.
  - Prendre un message de façon claire et complète : en garantir l'acheminement final.
  - Assurer un accueil maîtrisé et professionnel, grâce aux 3 attitudes clés :
    - ✓ Ecoute active.
    - ✓ Disponibilité.
    - ✓ Adaptation aux situations et aux personnes.
- Mises en situations par jeux de rôles.

**L'entretien téléphonique = durée estimée ½ journée**

- Placer sa voix.
  - Adapter le ton, le rythme, l'intonation, l'articulation, le débit et le volume.
  - Sourire au téléphone.
  - Transmission efficace de l'appel.
  - Prendre un message de façon claire.
  - Garder le contrôle de la conversation.
  - Savoir canaliser l'interlocuteur.
  - Savoir être directif.
- Mises en situations par jeux de rôles.

**Faire face aux interlocuteurs difficiles : agir en professionnel = durée estimée 1 journée**

- Maîtriser ses réactions.
  - Gérer son stress et ses émotions.
  - S'adapter aux différences culturelles.
  - Adopter des techniques efficaces pour désamorcer les tensions et apaiser les situations conflictuelles.
  - Faire face aux imprévus.
  - Détecter les situations potentiellement délicates pour anticiper.
  - Le cas particulier des situations extrêmes : violence verbale ou physique, rupture de la communication.
  - Différencier insatisfaction, réclamation et conflit.
  - Gérer les incivilités : savoir faire la différence entre de la provocation et un réel problème de fond. Comprendre la peur et identifier le vrai besoin.
  - Gérer les agressifs, les mécontents, les impatientes, les angoissés, les susceptibles et les bavards.
  - Connaître les différents comportements d'incivilités / d'agressivité et les maîtriser par des comportements adaptés.
  - Désamorcer une tension, une inquiétude ou une colère latente : éviter la surenchère par la contradiction ou l'agressivité.
  - Canaliser un interlocuteur bavard ou insistant : mettre fin avec tact à une conversation qui s'éternise inutilement.
- Mises en situations par jeux de rôles.

**Faire face aux situations difficiles = durée estimée 1 journée**

- Gérer ses propres émotions et renforcer sa confiance en soi : comment déjouer les manœuvres d'intimidation et de manipulation.
- Savoir se débrouiller seul(e) au téléphone dans les situations difficiles en l'absence du responsable concerné : comment gérer son stress.
- Concilier le standard et l'accueil : le traitement simultané de plusieurs appels ou de plusieurs visiteurs.
- Les différents types de réclamation.
- Passer d'une situation problématique à une relation qui fidélise le client.
- Transformer un appel conflictuel en une recherche de solution commune.
- Clarifier les réponses à apporter aux attentes du client.
- Développer la maîtrise de soi.
- Questionner pour recueillir les raisons du litige.

➤ Mises en situations par jeux de rôles.