



## RELATION CLIENT AU TÉLÉPHONE

Assurer une prise en charge optimale et qualitative



### PROGRAMME

Accessible en :



Intra-entreprise



Training individuel

**J -15 > questionnaires avant-stage ciblant contexte, mission , difficultés et cas pratiques relayés par les participants**

#### Jour 1

##### 1| Adopter un comportement «commercial» au téléphone

- ▶ L'enjeu et les modalités de la satisfaction client (notamment au téléphone)
- ▶ La notion de filtre ou pourquoi nous pouvons ne pas comprendre notre interlocuteur
- ▶ La notion d'accusé-réception pour prendre en compte le client
- ▶ L'influence de son état d'esprit sur la relation à l'autre
- ▶ L'impact de son non-verbal sur la relation avec le client au téléphone

##### 2| Orienter efficacement le client

- ▶ Les 3 types d'écoute et leurs conséquences respectives sur l'interlocuteur
- ▶ La nécessaire reformulation
- ▶ Le jeu du questionnement pour faire préciser la demande du client et limiter les erreurs d'interprétation

##### 3| Traiter un appel en marquant une vraie qualité d'accueil

- ▶ Les 5 réflexes de base de la réception d'appels
- ▶ L'attention au vocabulaire : les expressions à bannir /à favoriser
- ▶ La formulation d'une explication avec de vraies qualités pédagogiques

Ancrage des acquis

- ▶ Consolidation Plan d'action et de progression individuel

#### Jour 2

Réactivation des acquis du jour 1

##### 4| Gérer et prioriser les flux pour faire face aux appels simultanés

- ▶ La corrélation entre nombre de sonnerie et l'état émotionnel du client
- ▶ Les critères de priorisation
- ▶ La mise en attente pour recherche d'information et la reprise d'appel
- ▶ Le transfert d'appel qualifié avec la technique du "passage de témoin"
- ▶ Le report d'une réponse pour éviter l'attente prolongée
- ▶ Le recadrage courtois et ferme des clients bavards

##### 5| Dire non et résister aux demandes indues des clients

- ▶ Le "pouvoir de dire non" au client, en préservant la relation
- ▶ La technique du malentendu pour ne pas froisser les susceptibilités en cas de demande induite

##### 6| Répondre et désamorcer le mécontentement d'un appelant

- ▶ La nécessaire empathie à inclure pour les clients chargés émotionnellement
- ▶ L'annonce d'une mauvaise nouvelle pour éviter de la subir
- ▶ La trame de traitement d'un mécontentement

Ancrage des acquis

- ▶ Consolidation Plan d'action et de progression individuel
- ▶ **Eval'formation** et remise des attestations

S.A.V. Pédagogique : Crédit mail 7/participant pendant 6 mois.



Objectifs pédagogiques

### COMMENT FAIRE POUR ...

- 1 Adopter un comportement «commercial» au téléphone
- 2 Orienter efficacement le client
- 3 Traiter un appel en marquant une vraie qualité d'accueil
- 4 Gérer et prioriser les flux pour faire face aux appels simultanés
- 5 Dire non et résister aux demandes indues des clients
- 6 Répondre et désamorcer le mécontentement d'un appelant



### ÉVAL'FORMATION

**Avant la formation :** Identifier ses **attentes**, ses enjeux, remonter ses **difficultés**, son **contexte**

**En fin de formation :** **Auto-évaluer sa progression personnelle** sur chaque objectif pédagogique

**Après la formation :** **Donnez votre avis** sur l'utilité de la formation de retour à votre poste de travail !



### PROFIL DE L'INTERVENANT

Consultant Senior en techniques commerciales spécialiste du téléphone



### PUBLIC

**Personnes concernées :** Assistant(e)s - Conseillers clientèle - Tout salarié amené à gérer un volume d'appels important

**Prérequis :** Aucun

**Effectif préconisé :** max. 8 participants



### MODALITÉS

**Intra-entreprise :** organiser cette formation dans votre entreprise en présentiel ou en distanciel

**Training individuel :** formation accessible en "one to one" : durée et schéma pédagogique adaptés

[Cliquer pour demander un devis détaillé](#)

### Les activités pédagogiques Capite Corpus

**DécliC** > prendre conscience... **MécaniC** > s'approprier une méthode...

**PratiC** > se mettre en situation... **VéridiC** > s'entraîner dans son contexte...