

RELATION CLIENT





TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre
suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre
poste informatique ou en
présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant
le début de la formation,
sous réserve de réception
du dossier d'inscription
complet

Accessibilité
Accès des publics en
situation de handicap en
présence d'un référent
handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Toute personne en contact avec du public et devant pratiquer l'écoute client.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre le besoin client exprimé et sous-jacent
Comprendre et analyser les remarques client
Comprendre et répondre aux objections

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Echanges d'expériences entre les participants, mise en situation.
Jeux de rôle.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.



100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Progression personnelle : Savoir, Savoir être, Savoir faire

- Langage positif et compréhension de la demande
- Disponibilité d'écoute et assurance personnelle
- Écoute active et respect des propos formulés
- Entretien d'aide en face à face avec un client
- Maïeutique socratique et découverte semi directive
- Communication verbale et non verbale efficace
- Petites voix internes et freins à l'écoute active
- Identification des domaines de vulnérabilité
- Ecoute et perception d'interlocuteur valable avec son client
- Verbalisation des propos en attitude Gagnant – Gagnant

Contexte Client - Produits - Service - Environnement

- Règles d'interview pour la recherche de zone d'intérêt du client
- Maîtrise de l'entretien commercial par le maillage lié à l'écoute
- Formulation d'une proposition positive basée sur les attentes
- Confirmer les points d'accord et mesurer le différentiel
- Savoir garder le leadership en situation de négociation
- Obtention de l'adhésion de vos interlocuteurs à la proposition
- Particularités liées à la Vente de produits ou de services
- Découverte des typologies et systèmes de valeur de vos clients
- Attitude relationnelle basée sur la relation égal-égal
- Savoir poser la bonne question lors des négociations difficiles

Pour aller plus loin...

Optimiser la relation client physique, gérer les appels difficiles, argumenter pour convaincre



TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre
suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre
poste informatique ou en
présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant
le début de la formation,
sous réserve de réception
du dossier d'inscription
complet

Accessibilité
Accès des publics en
situation de handicap en
présence d'un référent
handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Toute personne souhaitant améliorer sa communication persuasive.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Identifier les différents codes et canaux de communication utilisés dans l'argumentation.
Analyser les discours d'orateurs pour en extraire les facteurs de persuasion utilisés.
Adapter votre vocabulaire en évitant l'utilisation de jargon, d'acronymes et d'anglicismes inutiles.
Anticiper les objections et les questions et y répondre avec conviction.
Défendre vos idées en faisant preuve de charisme et d'éloquence.
Gérer votre stress à l'oral pour communiquer avec confiance et assurance.

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Maîtriser sa communication pour convaincre et persuader ses interlocuteurs.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.



100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Principes généraux de la communication

- Comprendre les bases de la communication, les codes, les canaux ...
- Connaître les facteurs de l'argumentation
- Connaître les facteurs humains et leurs interactions

Principes de la rhétorique

- Définir qu'est-ce que l'éloquence
- Identifier son auditoire
- Analyser les différents discours d'orateurs
- Comprendre les « les astuces » qui permettent de rebondir dans un débat

Améliorer son charisme et son éloquence

- Travailler sur la prosodie (musicalité de la voix)
- Travailler sur le corps (maintien, gestes, posture, sourire...)
- Utiliser le regard
- Gérer les stress à l'oral

Les techniques pour convaincre

- Savoir questionner son interlocuteur
- Ecouter et rebondir sur les remarques
- Anticiper les objections et les questions
- Défendre ses idées avec conviction
- Identifier les sujets-clés : savoir faire des concessions et tenir sa position

Mettre en forme son argumentation

- Ouvrir les bons tiroirs aux bons moments
- Adapter son vocabulaire (jargon, acronyme, anglicisme...)
- Comment rythmer son propos ? Quelles figures de style ?
- Se montrer concret et visuel pour être retenu

La communication interpersonnelle au service de l'argumentation

- Comprendre les réactions de défense et de stress de son interlocuteur
- S'exprimer et défendre ses droits et son opinion sans empiéter sur ceux des autres, l'assertivité comme posture idéale de l'orateur
- Répondre aux attentes et besoins de son interlocuteur en adaptant ses comportements et son langage



TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre
suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre
poste informatique ou en
présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant
le début de la formation,
sous réserve de réception
du dossier d'inscription
complet

Accessibilité
Accès des publics en
situation de handicap en
présence d'un référent
handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Commerciaux, représentants et toute personne en charge de la prospection physique souhaitant améliorer leurs compétences.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre les principes et les techniques de la prospection physique.
Développer des compétences pour établir un contact efficace avec les prospects en face à face.
Acquérir des techniques pour gérer les objections et conclure des rendez-vous ou des ventes.

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Maîtriser sa prospection physique pour convaincre et persuader ses interlocuteurs.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.



100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Introduction et objectifs de la formation

- Présentation des participants et de leurs attentes
- Objectifs de la formation
- Les fondamentaux de la prospection physique
- Définition et importance de la prospection physique
- Préparation et organisation de la prospection
- Identification et qualification des prospects
- Techniques de prise de contact
- Approche et présentation : comment se présenter efficacement
- Techniques d'accroche et de présentation
- Pratique de l'écoute active et de la prise de notes

Gestion des objections

- Identification des objections courantes
- Techniques pour répondre aux objections
- Jeux de rôle : simulations de rencontres avec objections
- Conclusion et suivi
- Techniques pour conclure une rencontre de prospection
- Prise de rendez-vous et suivi des prospects
- Utilisation des outils de CRM pour le suivi
- Ateliers pratiques et évaluation
- Simulations de rencontres et études de cas
- Feedback personnalisé et conseils d'amélioration
- Conclusion et remise des attestations de formation

Pour aller plus loin...

Nous vous recommandons notre formation les appels clients difficiles, et prospection physique afin d'approfondir vos compétences,



TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre
suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre
poste informatique ou en
présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant
le début de la formation,
sous réserve de réception
du dossier d'inscription
complet

Accessibilité
Accès des publics en
situation de handicap en
présence d'un référent
handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Commerciaux, télévendeurs et toute personne en charge de la prospection téléphonique souhaitant améliorer leurs compétences.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre les principes et les techniques de la prospection téléphonique.
Développer des compétences pour établir un contact efficace avec les prospects.
Acquérir des techniques pour gérer les objections et conclure des rendez-vous ou des ventes.

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Maîtriser sa prospection téléphonique pour convaincre et persuader ses interlocuteurs.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.

100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Introduction et objectifs de la formation

- Présentation des participants et de leurs attentes
- Objectifs de la formation
- Les fondamentaux de la prospection téléphonique
- Définition et importance de la prospection téléphonique
- Préparation et organisation de la prospection
- Identification et qualification des prospects
- Techniques d'appel
- Script d'appel : structure et contenu
- Techniques d'accroche et de présentation
- Pratique de l'écoute active et de la prise de notes

Gestion des objections

- Identification des objections courantes
- Techniques pour répondre aux objections
- Jeux de rôle : simulations d'appels avec objections
- Conclusion et suivi
- Techniques pour conclure un appel de prospection
- Prise de rendez-vous et suivi des prospects
- Utilisation des outils de CRM pour le suivi
- Ateliers pratiques et évaluation
- Simulations d'appels et études de cas
- Feedback personnalisé et conseils d'amélioration
- Conclusion et remise des attestations de formation

Pour aller plus loin...

Nous vous recommandons notre formation les appels clients difficiles, et prospection physique afin d'approfondir vos compétences,



TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre
suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre
poste informatique ou en
présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant
le début de la formation,
sous réserve de réception
du dossier d'inscription
complet

Accessibilité
Accès des publics en
situation de handicap en
présence d'un référent
handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Cette formation s'adresse aux professionnels de la relation client, aux centres d'appels, aux services après-vente et à toute personne ayant à gérer des situations difficiles au téléphone.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre les dynamiques des situations difficiles au téléphone. Développer des compétences pour gérer efficacement les conflits et les situations stressantes. Apprendre à maintenir le professionnalisme et la courtoisie en toutes circonstances. Développer des compétences douces (soft skills) essentielles pour une communication efficace. Savoir rendre compte des conflits à sa hiérarchie.

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Approche pratique et interactive.
Mises en situation basées sur des cas réels.
Feedback constructif et personnalisé.
Formation sur le développement des compétences douces.
Formation sur la gestion des conflits et la communication avec la hiérarchie.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.

100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Identifier les composantes de la difficulté

- Comprendre les situations difficiles au téléphone
- Techniques de gestion du stress et de l'émotion
- Introduction aux compétences douces (soft skills)
- Mises en situation : gestion de conflits

Mettre en oeuvre les techniques efficaces

- Techniques de communication efficace
- Gérer les plaintes et les réclamations
- Approfondissement des compétences douces (soft skills)
- Rendre compte des conflits à sa hiérarchie
- Mises en situation : résolution de problèmes, application des compétences douces (soft skills) et communication avec la hiérarchie

Pour aller plus loin...

Nous vous recommandons notre "Formation gestion des conflits" afin d'approfondir vos compétences en matière de gestion des conflits, de négociation et de résolution de problèmes.



AVAMA MAÎTRISER LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre poste informatique ou en présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant le début de la formation, sous réserve de réception du dossier d'inscription complet

Accessibilité
Accès des publics en situation de handicap en présence d'un référent handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Tout collaborateur ou responsable de la relation client.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Utiliser les méthodes et outils vous permettant de vous préparer efficacement à la négociation commerciale.

Choisir et utiliser des outils adaptés aux étapes identifiées, tout en adoptant les postures justes.

Utiliser les outils et techniques de communication permettant d'optimiser votre pouvoir de négociation commerciale.

Adapter votre posture aux situations et aux difficultés rencontrées au cours d'une négociation commerciale.

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Réussir à s adapter a son interlocuteur pour mieux négocier.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.



100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Méthodologie et outils de préparation à la négociation

- Etablir son autodiagnostic : motivation, enthousiasme, attitude
- Se poser les bonnes questions pour trouver les bonnes réponses du QQQCCP au questionnaire contextuel
- Fixer des objectifs clairs (cible, maximum, minimum)
- Obtenir, si possible, le maximum d'informations sur l'autre partie
- Personnifier son interlocuteur
- S'appuyer sur ses clients ambassadeurs

Processus, outils et postures de la négociation

- Créer la relation
- Comprendre son interlocuteur
- Décrypter les postures et les attitudes
- Jouer de l'indissociable paire : concession / contrepartie
- Gérer les situations tendues, voire conflictuelles
- Comment limiter les effets négatifs du stress
- Acter pour conclure

Structure de la négociation

- Intégrer les différentes phases de la négociation
- Gérer à bon escient le temps imparti
- Trouver la bonne alternance et le bon rythme
- Faire des propositions conciliables
- Négocier à partir d'intérêts
- Agir face aux difficultés
- Négocier en équipe

Communiquer pour convaincre

- Raisonner pour argumenter efficacement
- Anticiper et savoir traiter les différents types d'objections
- Rebondir sur une argumentation contextuelle
- Optimiser les relations positives grâce à l'agilité mentale
- S'ouvrir pour dévoiler
- Etablir les conditions de la confiance mutuelle
- Franchir les étapes de l'adhésion à la fidélisation

La communication interpersonnelle au service de l'argumentation

- Comprendre les réactions de défense et de stress de son interlocuteur
- S'exprimer et défendre ses droits et son opinion sans empiéter sur ceux des autres, l'assertivité comme posture idéale de l'orateur
- Répondre aux attentes et besoins de son interlocuteur en adaptant ses comportements et son langage



TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre
suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre
poste informatique ou en
présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant
le début de la formation,
sous réserve de réception
du dossier d'inscription
complet

Accessibilité
Accès des publics en
situation de handicap en
présence d'un référent
handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Toute personne en charge de développer la relation client.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Défendre l'esprit et la qualité de service.
Utiliser les techniques de l'accueil physique et / ou téléphonique.
Agir efficacement avec des comportements adaptés.
Intervenir face aux situations délicates.

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Réussir à s'adapter à son interlocuteur pour mieux négocier.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.



100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Identifier les différentes phases de l'accueil

- Identifier les enjeux de l'accueil
- Déterminer les attentes de l'interlocuteur
- Identifier les comportements attendus
- Reconnaître les étapes d'un accueil réussi

Utiliser les techniques de communication

- Identifier les clés de la communication efficace
- Schémas de communication
- L'importance de la relation : établir la relation
- Langages et paralangages
- Les techniques d'écoute active
- Auto-diagnostic de ses attitudes en communication
- Identifier son abord de la relation client

Identifier les composants de l'accueil

- Soigner l'image de l'entreprise
- La première impression
- Les limites de l'accueil
- Soigner sa présentation
- Utiliser sa voix, un instrument (ton, débit, articulation)
- Comprendre les difficultés de l'accueil
- Situations complexes
- Prendre conscience de l'image véhiculée dès les premiers contacts
- Acquérir les bons réflexes et la bonne posture

Être efficace au téléphone

- Identifier les différences entre accueil physique et téléphonique
- Traiter un appel : ouverture / fermeture– Réussir la première impression)
- Prise en charge de l'interlocuteur– Vocabulaire positif
- Comprendre la demande
- Répondre efficacement à la demande
- Conclure et prendre congé
- Acquérir les bons réflexes et les formulations facilitantes

Gérer les situations délicates

- Gérer son stress et celui de l'interlocuteur
- Identifier et gérer les émotions dans l'échange
- Gérer les conflits et les situations difficiles
- Se positionner efficacement pour faire aboutir l'échange
- Adapter son message
- Accueillir positivement une réclamation
- Faire patienter et mettre à l'aise
- Anticiper, gérer et désamorcer une situation conflictuelle



TRAINING FOR ACTIONS

Réf : 00000 - 00

Catégorie :
Relation client

MODALITÉS PRATIQUES

Dates
Sur demande
Sous réserve d'un nombre
suffisant de participants

Lieu
À distance depuis votre
poste informatique ou en
présentiel

Tarif et durée
selon devis - Nous consulter

Accès à la formation
2 jours au plus tard avant
le début de la formation,
sous réserve de réception
du dossier d'inscription
complet

Accessibilité
Accès des publics en
situation de handicap en
présence d'un référent
handicap par campus

Type de formation
Collectif

Individualisation
Oui

Langue d'enseignement
Français

PUBLIC CIBLE

Vendeurs en magasin, responsables de rayon, et toute personne souhaitant améliorer ses compétences en vente.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre les techniques de vente en magasin.
Maîtriser les étapes de la vente : accueil, découverte des besoins, argumentation, conclusion.
Savoir gérer les objections et fidéliser la clientèle.

PRÉREQUIS & NIVEAU D'ENTRÉE

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

Identifier les différentes techniques de vente et de réponses aux objections.

CETTE FORMATION

Est animée par un formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et testées et approuvées par l'éditeur et par AVAMA. La formation bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cette formation fait l'objet d'une évaluation initiale et d'une évaluation de fin de formation afin de pouvoir mesurer les écarts et estimer ainsi la montée en compétences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

En cas de formation sur site externe à AVAMA, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation.



100 %

des clients recommandent
les formations AVAMA en
2024 !

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Epsyl-Alcen, TotalEnergies,
Conseil Elysées Finances,
Breveco, Cohérence RH...

POUR COMMENCER

Service relations entreprises
meformer@avama.org
06 07 04 25 97

PROGRAMME

Introduction à la vente en magasin

- Importance de la vente en magasin.
- Rôle du vendeur.
- Techniques de vente
- Accueil et prise de contact.
- Découverte des besoins du client.
- Argumentation et présentation des produits.
- Conclusion de la vente.
- Gestion des objections
- Identification des objections courantes.
- Techniques de réponse aux objections.

Fidélisation de la clientèle

- Importance de la fidélisation.
- Techniques de fidélisation.
- Mises en situation et jeux de rôle
- Scénarios de vente.
- Analyse et feedback.

Pour aller plus loin...

Maîtriser la négociation commerciale, argumenter et convaincre, écoute client