



RELATION COMMERCIALE

C3 - L'ART DE LA RELATION CLIENT PAR TÉLÉPHONE

gagner en aisance relationnelle et commerciale

Objectifs de la formation

1. Appliquer la communication positive par téléphone
2. Adapter son discours commercial et personnaliser l'échange
3. Distinguer et traiter les situations de communication difficile
4. Développer la vente conseil complémentaire

Outils du stagiaire :

Tout matériel nécessaire à la prise de note

Durée et lieu

- **2 jours** - 14 heures
- Présentielle et continue
(Possibilité d'adapter en visio formation)

Lieu à définir : salle en entreprise ou location salle adaptée (de notre responsabilité)

Prérequis et public

- Expérience de gestion de la relation client par téléphone minimum 12 mois.
- Téléconseillé(ère), assistant(e) commercial(e) appels entrants et sortants

Participants

- **2 personnes** minimum
- **8 personnes** maximum
- Intra ou inter entreprise

Sanction visée

Certificat de réalisation remis en fin de formation

Supports

Vidéos, Power Point, construction de la « boîte à outils » et le livret du stagiaire.

Programme

Un QCM situationnel est remis en amont de la formation et à réaliser par le stagiaire.

Jour 1 : Mieux se connaître et se situer (par téléphone)

A- Les bases de la communication par téléphone

- Identifier les enjeux des canaux de communication
- Repérer son schéma de communication (Drivers)
- Identifier ses ressources et ses limites

B- Pratiquer les outils méthodologiques de base

- Déterminer un objectif d'appel : les accroches
- Fixer un cadre d'échange (soigner l'accueil)
- Valider chaque étape avec le client

C- Développer l'assertivité

- Pratiquer le vocabulaire positif
- Identifier les jeux relationnels (analyse transactionnelle)
- Pratiquer le DESC en situation délicate

Jour 2 : Adapter sa posture en situation difficile et conflit

D- Gérer l'agressivité

- Les typologies de profil difficile
- Pratiquer la communication positive (Perfectionner le DESC)
- Evaluer les enjeux et les opportunités commerciales

E- Pratiquer l'auto-évaluation

- Définition de l'auto-évaluation
- Analyser et améliorer sa pratique (au quotidien)
- Pratiquer le renforcement positif

Modalités d'évaluations : un QCM de fin de formation et une mise en situation commerciale par tirage au sort.

Formation principalement articulée sur la mise en situation professionnelle (méthode active) et les partages en apport théorique « boîte à outils commercial ».

Plan d'action personnel

Formuler des actions concrètes à mettre en œuvre dès la reprise de son poste.

- **Deux évaluations à froid : 6 mois et 12 mois après la formation.** Modalités à définir ensemble.