



# VENDRE ET FIDÉLISER PAR TÉLÉPHONE

## Les clés pour gagner en efficacité

Privés d'une part importante des leviers majeurs de vente et de fidélisation lors d'un échange téléphonique, le commercial doit s'appliquer d'autant plus à comprendre le besoin client et à l'accompagner pour faciliter sa décision d'achat et obtenir son adhésion.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : C19VPCC

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1390  
€ HT

### OBJECTIFS

Maîtriser les techniques de vente et oser le rebond commercial.  
Conclure des ventes fermes et pérennes.  
Proposer la bonne offre, à la bonne cible, au bon moment.

### POUR QUI ?

Toute personne chargée de vendre et promouvoir un service/produit : conseillers client, télévendeurs, vendeurs en point de vente, ADV, hotliners.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### COMPÉTENCES ACQUISES

Optimiser ses techniques de vente par téléphone.

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quizz amont  
Présentiel  
E-quizz aval

### PROGRAMME

Vendre et fidéliser par téléphone

#### Bien se connaître pour mieux vendre

- Identifier son profil commercial et relationnel personnel.
- Identifier ses points forts et ses points de faiblesse.

#### Maîtriser les prérequis d'une bonne vente

- Connaître sa cible.
- Définir à l'avance ses marges de manœuvre commerciales.
- Développer son écoute et son empathie.
- Tenir compte de l'historique du prospect afin de lui proposer la bonne offre.
- Savoir reformuler pour valider l'adhésion de son interlocuteur.
- Anticiper les objections et savoir proposer une offre alternative.

#### Identifier les opportunités de vente additionnelle

- A quel moment proposer une offre complémentaire ?
- Apprendre les techniques et formulations pour élargir la conversation et aboutir à une vente.
- Les précautions à prendre pour éviter la vente forcée et préserver la relation commerciale.

#### Faciliter la décision d'achat

- Détecter les signaux d'intérêt du prospect.
- Utiliser les techniques pour susciter la prise de décision du prospect.
- Rester dans son rôle de conseil pour le rassurer.

#### Capitaliser sur les informations clients

- Les outils de suivi client : les bonnes infos à collecter.
- Les réflexes à acquérir pour fidéliser un client : notion de service, personnalisation des offres et produits.
- L'enrichissement des bases de données.
- Suivi et connaissance client : ses habitudes de consommation, ses produits préférés, ses services les plus utilisés, ses fréquences d'achat, etc.



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr  
Siret 712 010 362 000 28



## INTERVENANTS

Inma DE BLAS  
MAREL FORMATION & CONSEIL

## MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

## LIEUX ET DATES

À distance

06 et 07 déc. 2022

Paris

01 et 02 mars 2022

15 et 16 sept. 2022

