

Relation client

Prise en charge efficace des contacts clients par téléphone



Présentiel

Durée : 1 jour (8 heures)



Perfectionnement

Les objectifs de la formation

- Comprendre d'une part, l'impact de la communication par téléphone sur le client, d'autre part, l'importance du discours (structure, ton, vocabulaire...)
- Découvrir comment jouer avec sa voix et ainsi prendre conscience de l'impact de son intonation sur le client
- Comprendre comment s'articule une conversation téléphonique.
- Découvrir les différents types de clients et à leur fonctionnement
- Comprendre la notion d'objections clients et apprendre à les traiter
- Comprendre la notion de réclamation clients et apprendre à les traiter
- Connaître les outils du conseiller client dans un centre d'appels

A qui s'adresse cette formation ?

A qui cette formation est destinée

- Conseillers clientèle en réception d'appel

Prérequis des apprenants

- Aucun

Programme de la formation

Avant

- Partager aux agents les consignes d'usage

Pendant

1 - Enjeux de la relation client : une communication réussie

- Qui suis-je ? Comment est-ce que je communique ?
- La communication par téléphone : Fidéliser ses clients au travers d'une relation de qualité, gagner de nouveaux clients
- La communication par téléphone et l'image de l'entreprise
- Quelles sont les clés d'une relation client réussie

2 - La Relation Client par Téléphone

- Ce que vous exprimez, ce que le client comprend
- Apprendre à utiliser l'intonation de sa voix pour faire passer le message
- Quel vocabulaire utilisé ? Les mots noirs, les mots forts, adapter son vocabulaire au client

3 - La structure du discours

- Les différentes étapes d'un appel téléphonique de l'introduction à la conclusion
- L'importance de la reformulation
- Focus sur la mise en attente
- L'importance du verrouillage
- La règle des 4 C

4 - Les différentes typologies de clients

- Les différentes typologies de client : le sympathique, l'exigeant...
- L'évolution des attentes, des exigences des clients, comment s'adapter.
- Le Client est Unique
- Campagne d'appels sortants : Connaître son client et préparer ses appels

5 - Traiter les objections

- Traiter les objections, faire preuve de pro-activité
- Écouter, Questionner, Proposer
- L'importance de la "pédagogie" dans la relation client

6 - Gérer les réclamations

- Les différents types de réclamation
- Gérer les différentes phases d'une réclamation
- L'importance de l'Empathie : comprendre l'état d'esprit des clients
- Faire face aux clients mécontents
- Savoir dire "NON"
- Savoir gérer son stress

7- Les outils du conseiller client

- L'outil téléphonique : transfert d'appel, DMC...
- Tracer ses appels dans un CRM
- Utiliser les argumentaires client.
- Connaître et utiliser les process de l'entreprise : la base de connaissance

Les points forts de la formation

- Le style pédagogique s'oriente sur une pédagogie active.
- L'accent est mis sur la construction des apprentissages et le recours à des approches pédagogiques actives et interactives : apprentissage par le jeu, capsules vidéos, sujets-débats, mises en situation et auto-évaluation.
- L'apprenant est actif et réflexif cela permet un meilleur taux de rétention des apprentissages.