



Accueil physique et relation téléphonique

## Conseiller relation client à distance

3 jours (21h00) | ★★★★★ 4,6/5 | ACC-CRCD | Évaluation qualitative de fin de stage |  
Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier > Relation client > Accueil physique et relation téléphonique

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 24/05/2024.

### Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Expérimenter plus facilement vos rendez-vous, ne plus les considérer comme une corvée
- Etablir un équilibre lors d'un échange en vous positionnant comme un interlocuteur réellement crédible
- Proposer un argumentaire et des solutions personnalisées en recueillant un maximum d'informations utiles
- Convaincre vos interlocuteurs en échappant au "baratin commercial" et aux argumentaires robotisés
- Intervenir en apporteur de solutions, en conseiller plutôt qu'en pur vendeur même si l'objectif final reste bien la signature
- Développer une aisance face aux réactions du client, face aux divers imprévus
- Intégrer le réflexe systématique de verrouillage positif de chaque entretien et faciliter les relances en évitant l'impression fréquente de devoir harceler
- Pratiquer l'art de la prise de recul et de l'adoption des bons réflexes de prise en charge et de communication non violente
- Développer sa fonction de conseiller relation client à distance en entrant dans une logique positive d'amélioration continue et en adoptant une posture d'autonomie.

### Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel\* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode\*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, 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 visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

\* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

\*\* ratio variable selon le cours suivi

m2iformation.fr | client@m2iformation.fr | 01 44 53 36 00 (Prix d'un appel local)

## Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## Public concerné

Toute personne chargée de développement commercial.

## Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

# Programme

## 1) Avant la formation

- Questionnaire de positionnement pour identifier ses propres axes de progrès

## 2) Pendant la formation

### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation du cadre de la formation
- Contextualisation des objectifs et des enjeux
- Emergence des représentations des participants
- Ajustement du contenu du programme de la formation si besoin

### Démystifier la fonction de conseiller relation client à distance

- Découvrir la variété de situations potentiellement rencontrées en relation client à distance lors de contacts "entrants" (demande d'informations, d'assistance...) ou lors de contacts "sortants" (prospection, relances, enquêtes de satisfaction...)
- Identifier les évolutions en cours et à venir en matière de relation commerciale à distance : pratiques commerciales qui se développent, technologies au service du conseiller, réglementation...
- Identifier les nouvelles attentes des clients vis-à-vis de la relation commerciale à distance

### Prospecter pour obtenir des rendez-vous commerciaux (gérés en direct ou pour le compte d'un collègue qui sera chargé de la vente)

- Identifier les segments de marché et de clientèle à cibler puis les interlocuteurs à contacter
- S'appuyer sur les diverses sources d'informations disponibles : études de marché, fichiers déjà existants de prospects, CRM de l'entreprise, sites Web des cibles, réseaux sociaux professionnels (LinkedIn...)
- Identifier clairement ses propres facteurs de différenciation avec la concurrence
- Développer sa capacité à franchir les barrages, à faire accepter le rendez-vous en le rendant particulièrement intéressant et motivant pour son interlocuteur

## **Amorcer un processus de vente en donnant immédiatement une image rassurante et professionnelle**

- Développer l'art de "briser la glace" face à un interlocuteur pouvant être sur la réserve
- Amorcer un dialogue naturel en évitant le style "interrogatoire de police"
- Adopter les techniques qui favorisent cet échange
- Développer une forte capacité d'écoute et d'observation

## **Proposer à son interlocuteur les solutions les plus adaptées à son contexte**

- Mettre en avant les solutions possibles tout en misant sur les attentes fondamentales du client
- Utiliser à bon escient des supports visuels : vidéos, PowerPoint, envois de documents techniques et/ou commerciaux...
- Valider régulièrement la bonne compréhension des points essentiels par son interlocuteur
- Développer ses réflexes de "vente complémentaire" à présenter naturellement et sans pression commerciale. Nota : ces ventes peuvent se révéler plus importantes en termes de chiffre d'affaires et de marges que la seule vente initialement envisagée

## **Répondre intelligemment aux questions pièges et aux objections**

- Faire face aux questions et objections diverses telles que la présence d'un fournisseur déjà bien établi chez le client
- Faire face aux objections tarifaires, aux objections de délais...

## **Maîtriser les meilleures techniques de closing : conclure immédiatement la vente ou au moins conclure sur des étapes et engagements réciproques**

- Développer sa capacité à synthétiser les échanges, à valider clairement les points d'accord et les points éventuellement en suspens
- Engager son interlocuteur sur l'étape suivante, selon le cas de figure : signature immédiate, échange d'informations complémentaires, envoi ou modification d'une proposition commerciale, fixation du rendez-vous suivant...
- Planifier les contacts dans l'agenda

## **Relancer sans donner l'impression de "relances basiques"**

- Développer un scénario qui permettra de limiter les barrages fréquents lors de relances perçues comme trop "commerciales" et/ou trop insistantes

## **Gérer les situations difficiles à distance**

- Gérer des demandes particulièrement complexes (en hotline ou en SAV notamment)
- Gérer des clients "difficiles" mais non-agressifs : client dépassé par les événements, client excessivement bavard,...
- Gérer des clients agressifs : simple énervement, agression verbale et menaces...

## **Mener une enquête fiabilisée de satisfaction**

- Choisir le mode opératoire le plus adapté au contexte
- Préparer un questionnaire percutant

## **Assurer le suivi et l'amélioration de ses actions commerciales**

- S'assurer de la sincérité des réponses obtenues...
- Mettre en place et utiliser des indicateurs de performance simples et efficaces
- Mettre en place et utiliser un tableau de bord comprenant le suivi des indicateurs mais aussi la visualisation de ses priorités commerciales (plan d'actions personnalisé à court, moyen et long terme)

## **Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)**

- Autodiagnostic

- Mises en situation : simulations basées sur des cas concrets proposés par les stagiaires
- Exercices d'entraînement
- Jeux de rôle
- Atelier collectif : analyse de scénarii
- Brainstorming en sous-groupe à partir de résultats d'enquêtes
- Débriefing sur les comportements mis en oeuvre : analyse de pratique
- Plan d'action : rédiger son plan d'action personnalisé (PAP), objectifs et actions concrètes

### **Synthèse de la session**

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Evaluation formative (quiz permettant de valider les compétences acquises)
- Bilan oral et évaluation à chaud

## **3) Après la formation : consolider et approfondir**

### **Learning Boost**

- Pour garantir le succès de votre formation, vous bénéficiez d'un module e-learning de 3 heures qui vous permet de consolider vos acquis et d'explorer de nouvelles compétences. Le Learning Boost comprend une connexion accompagnée et un quiz de validation des acquis

### **Suivi**

- Pendant 3 mois après la formation, les participants bénéficient d'un suivi personnalisé asynchrone auprès du formateur par courriel
- Ils reçoivent des feedbacks et des conseils personnalisés en relation avec les sujets abordés en formation
- M2i vous propose d'approfondir vos nouvelles compétences acquises grâce aux options disponibles

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

## **Options disponibles**

### **Coaching**

**+500 €**

- 2 séances individuelles d'1h par téléphone ou en visio

### **Classe virtuelle**

**+590 €**

- Séance de 3h en distanciel
  - Partage de retours d'expériences
  - Questions / réponses avec votre formateur

## **Modalités d'évaluation des acquis**

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

## **Accessibilité de la formation**

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

## **Modalités et délais d'accès à la formation**

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.  
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.  
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.