

Relation client **au téléphone**

Cette formation a pour but de développer les compétences de communication interpersonnelle nécessaires pour produire une bonne relation client par téléphone, encourager la prise d'appels et maîtriser leur durée.

Durée : 2 jours

Tarif

Tarif inter entreprise : 1395 € HT par participant

Forfait intra entreprise : 2790 € HT par groupe de 8 apprenants

Entreprises de moins de 300 salariés : la plupart de nos clients fait financer la formation par son OPCO, on vous accompagne dans cette démarche !

À qui s'adresse cette formation ?

Profil du stagiaire

- Tout salarié travaillant dans un contexte de relation client au téléphone
- Toute personne souhaitant perfectionner sa gestion de la relation client

Prérequis

Aucun

Objectifs pédagogiques

- Développer ses compétences conversationnelles au téléphone : comprendre la demande du client et conduire une conversation agréable et pertinente
- Accueillir les émotions exprimées par les clients
- Adopter les bonnes postures comportementales et relationnelles pour désamorcer le conflit ou y faire face s'il se présente
- Détecter un potentiel de vente dans le cadre d'une communication téléphonique

Progression pédagogique

JOUR 1

1. Ouverture de la formation – 35'

Tour de table : présentation individuelle, recueil des attentes, des réalités terrain, présentation de la formation, collecte de situations réelles pour les simulations

2. La relation client téléphonique dans le parcours client – 20'

2.1. Pourquoi les clients choisissent-ils le téléphone plutôt qu'un autre canal ?

2.2. Avantages distinctifs du téléphone : immédiateté, dialogue en temps réel, émotion

3. La relation client au téléphone et ses particularités – 1h20

3.1. « Avant les mots » : l'importance de la manière dont je parle

3.2. Les trois registres du message : verbal – paraverbal – non-verbal

3.3. Comment bien utiliser sa voix

3.4. Choisir ses mots, pour une conversation claire et professionnelle

3.5. Identifier ses postures contreproductives

3.6. Bonnes pratiques pour une conversation synchrone fluide et claire

4. Bien comprendre le client pour bien se faire comprendre – 1h40

4.1. Accueillir et identifier

4.2. Jeu Qui Est-ce : structurer son questionnement en entonnoir pour recueillir le besoin

4.3. Fluidifier l'échange pour réduire les appels et leur durée, sécuriser la compréhension pour une meilleure satisfaction

4.4. Écoute active : distinguer le besoin réel à satisfaire du « bruit » périphérique

4.5. Bien se faire comprendre par le client : dire l'utile, pas tout, vendre le bénéfice concret pour le client, bonus : anticiper un besoin complémentaire

4.6. Conclure l'appel professionnellement et avec bienveillance

5. Écoute collective d'appels enregistrés – 1h

5.1. Analyser le traitement d'appels clients reçus par l'entreprise

5.2. Mobiliser les acquis de la journée en situation réelle

5.3. Production collective : ce qui a été réussi, ce qui n'a pas fonctionné, ce qu'on ferait autrement

6. Simulations d'appels – 1h40

6.1. Regroupement des appels reçus par famille de situation

6.2. Jeux de rôles d'appels réalistes avec débriefing collectif mené par le formateur

JOUR 2

7. La gestion des tensions : développer son intelligence émotionnelle – 1h

- 7.1. Identifier et réguler ses propres déclencheurs émotionnels, prendre du recul, comprendre sans absorber
- 7.2. Identifier la tension du client au téléphone
- 7.3. Gérer les émotions de son interlocuteur et le conflit s'il se présente
- 7.4. Savoir opposer un refus en adoptant une posture assertive

8. La vente en réception d'appels – 2h40

- 8.1. Gagner la confiance de son interlocuteur
- 8.2. Oser proposer
- 8.3. Comprendre les motivations d'achat avec l'outil SONCAS
- 8.4. Valoriser les offres commerciales avec la méthode CAB
- 8.5. Traiter les objections : atelier collectif avec exemples tirés du réel

9. Simulations d'appels – 3h

- 9.1. Simulations de conversations au téléphone avec débriefing du formateur
- 9.2. Bilan de la formation et plan d'action personnel pour la mise en pratique

Organisation

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle ou en classe virtuelle, animée par notre formateur·ice
- Modalités pédagogiques : exposition, induction, implication
- Projection du support par vidéoprojecteur ou écran, utilisation d'un paperboard

Accessibilité

La formation est accessible aux Personnes en Situation de Handicap si une salle aux normes est mise à disposition par le client. Lors de l'inscription d'une PSH à cette formation, veuillez nous contacter à contact@legein.fr pour que nous puissions en adapter les supports et modalités.

Délais d'accès

Legein garantit l'animation de la formation au moins un mois et demi à partir de l'achat. Si nos formateur·ices sont disponibles, une session peut être organisée en sollicitation directe auprès de Legein 3 semaines à l'avance.

Modalités d'évaluation de la formation

- Mises en situation sur la base de cas réels, débriefées par le formateur autour de l'évaluation des simulations produites.
- Le formateur remettra un bilan écrit ou par entretien oral pour répondre à vos questions autour du déroulement de la formation.

Perfectionnement du dispositif

Faire pratiquer fidèlement à la réalité du terrain : immersion préalable

Ces programmes sont des versions universelles des formations. Pour pouvoir former sur des exercices et jeux de rôles infusés de vos échanges fréquents et ajuster les séquences à vos problématiques réelles, nous proposerons de venir en observation.

Maximiser la mémorisation des compétences en poste : la journée piqure de rappel

Les formations courtes font pratiquer les participants en situation de travail réaliste, leur ancrage mnémonique est fort mais s'estompe vite, par défaut d'occasions de le répéter dans le temps. C'est leur limite.

La manière la moins coûteuse de durabiliser cet ancrage est d'utiliser la pratique au poste de travail les semaines suivantes comme un entraînement, et revenir sur le sujet avec une prise de recul.

Une piqure de rappel dans les trois mois suivant l'animation améliore la rétention de 30 à 50% (Latimier & al. 2021, Carpenter & al. 2022), nous encouragerons sa mise en place : consultez le programme de la journée sur [notre catalogue](#).

Sécuriser l'usage des bonnes pratiques en poste : former les managers

Les équipes que nous accompagnons (et Wang & al. 2021 nous) indiquent que ce gain d'ancrage des acquis est doublé si la piqure de rappel est accompagnée d'un coaching par les managers directs, particulièrement si celui-ci est centré sur l'évaluation individuelle et pensé sur la durée.

Nous formons les managers sur ce point : pour qu'ils s'assurent que les compétences acquises soient mises en œuvre, avec les bons outils, et organisent des débriefs de conversations produites ; consultez [le programme](#).

Optimiser le pilotage et la structuration du service client : analyse et conseil

Nous produisons des recommandations d'opérabilité et de qualité pour votre service client : pilotage, management des conseillers, conception du référentiel d'évaluation, contrôle des Indicateurs de Performance (DMT, NPS, FCR), bonus d'incitation sur les périmètres incluant de la vente, sensibilisation à l'IA sur ses risques et opportunités, utilisation de l'IA conversationnelle et agent.

Contactez-nous pour que nous puissions voir ensemble si vous en avez besoin.