

AMÉLIORER L'ACCUEIL PHYSIQUE ET TÉLÉPHONIQUE

Un accueil satisfaisant rassure les clients et valorise l'entreprise. Un petit plus suffit souvent pour améliorer les situations existantes. Cette formation courte a pour but de fournir les éléments indispensables pour améliorer l'accueil. Si les besoins sont plus spécifiques, cette formation peut être personnalisée (nous contacter).

OBJECTIFS

- Donner les moyens et les méthodes pour assurer une bonne relation « clientèle »
- Savoir faire face à des situations quelquefois difficiles
- Privilégier la qualité de service, valoriser l'image de l'entreprise, du service...

PERSONNES CONCERNÉES

- Toute personne assurant une fonction d'accueil physique et téléphonique

PROGRAMME

1 - L'accueil

- Assurer une prise en charge professionnelle des clients internes et externes
- Assister et satisfaire les visiteurs
- Gérer les dysfonctionnements courants

2 - Information et organisation

- L'entreprise, son activité, ses services et les habitudes du personnel
- Les outils nécessaires au métier : organigramme, listes téléphoniques, fichiers d'adresses...
- Les sources d'informations pertinentes
- La bible de procédures en cas d'absence ou de remplacement

3 - Accueillir le visiteur

- L'importance de la "première impression"
- L'attitude dynamique dans son expression verbale et non verbale
- Écoute active et reformulation
- Les techniques pour faire patienter
- L'organisation d'un espace accueil

4 - Accueillir au téléphone

- Les conditions pour accueillir rapidement
- La gestion de sa voix, de son articulation, de son débit, de sa diction
- Le sourire au téléphone
- La présentation de son entreprise
- L'identification du correspondant : les questions à poser, les pièges à éviter
- La gestion de l'attente, du transfert, de la prise d'un message

5 - Savoir gérer les tensions

- Gérer les priorités entre un appel téléphonique et un visiteur qui se présente
- Les situations délicates : impatients, bavards, émotifs, confus...
- Les situations difficiles : mécontents, réclamations, agressivité...
- Maîtriser ses émotions
- Gérer et dominer son stress.

Nombre de participants limité

PÉDAGOGIE

- Exercices pratiques et études de cas concrets
- Simulations et mises en situation enregistrées et analysées avec chaque participant. Conseils personnalisés
- Un guide : « *Le savoir téléphoner* » est remis à chaque participant en fin de session
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

Inter-entreprises

2 jours

Prix : **1 050 €** H.T.

Repas offerter

Paris

● **09.10 octobre 2017**

Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande

BERNARD BRUCHE FRANCE

FORMATION À L'ACCUEIL DU PUBLIC

Établir un climat de confiance

OBJECTIFS

- Améliorer l'accueil et l'écoute client et véhiculer une image positive de son entreprise
- Communiquer efficacement pour établir un climat de confiance
- Gérer les situations difficiles dans la relation client pour fidéliser les clients

PERSONNES CONCERNÉES

- Toute personne impliquée dans une démarche commerciale (vendeurs, administratifs, SAV, télé conseillers débutants...)

PROGRAMME

1 - Comprendre vos clients et leurs attentes

- Identifier les profils types de vos clients et les différentes personnalités
- Comprendre leurs motivations et leurs besoins
- Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients
- Identifier compétences et aptitudes relationnelles nécessaires pour fidéliser les clients

2 - Communiquer efficacement en face à face et au téléphone

- Les principes de base de la communication
- Les attitudes à adopter face au client
- La préparation avant le contact client
- La personnalisation pour créer un climat de confiance
- La présentation de votre entreprise
- La maîtrise du questionnement
- L'écoute active, un moyen de sécuriser le client
- La prise en compte des attentes et proposer des solutions concrètes
- L'argumentation efficace
- La gestion des situations délicates
- La valorisation de votre client
- Saisir les opportunités pour optimiser le contact avec le client : conseil, vente additionnelle

3 - Aborder les situations difficiles dans la relation client

- Adopter le bon comportement dans une situation difficile
- Savoir prendre le recul nécessaire et dépassionner le débat
- Analyser le dysfonctionnement et penser « Solution » plutôt que « Problème »
- Savoir expliquer en utilisant un discours positif et "non-technique"
- Reprendre efficacement une objection
- Reformuler pour bien conclure
- Être solidaire des autres services tout en préservant la relation client
- Savoir dire « NON » et rendre le refus acceptable
- Gérer vos émotions et votre stress
- Suivre le client
- Établir un suivi du client pour pérenniser la relation
- Transmettre les informations en interne pour garantir la continuité de service
- Établir un plan d'actions et informer le client

Nombre de participants limité

PÉDAGOGIE

- La formation est interactive
- Le temps passé par l'animateur sur chaque thème est fonction de l'intérêt du groupe évalué après une phase de découverte
- Chaque stagiaire réalise une intervention filmée ou enregistrée au valiphone dans le domaine qui le concerne le plus
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

Interentreprises

1 jour

Prix : 700 € H.T.

Repas offert

Paris

• 29 mai 2017

• 20 novembre 2017

Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande

BERNARD BRUCHE FRANCE

L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE COMMERCIAL

OBJECTIFS

Donner à tout utilisateur du téléphone, les éléments de méthode, de style, de langage et de pratique, afin de :

- Valoriser l'image de leur entreprise
- S'approprier des méthodes simples pour informer, convaincre leurs interlocuteurs
- Dynamiser la promotion des produits ou services de l'entreprise
- Développer leur communication et leur aisance relationnelle au téléphone
- Améliorer leur impact commercial à l'occasion de tout entretien téléphonique

PERSONNES CONCERNÉES

- Toute personne amenée à gérer une relation client ou à prospecter par téléphone

PROGRAMME

1 - La pratique du téléphone

- Le téléphone, outil de communication
- Les obstacles à la communication
- Le comportement au téléphone
- La valorisation de l'entretien téléphonique
- L'acte téléphonique un acte commercial et tout interlocuteur peut être un client potentiel

2 - Les composants de la communication téléphonique

- La voix « un second visage »
- Le rythme de l'élocution : débit, volume, articulation, intonations
- Le langage : le choix des mots, des formulations
- Style positif et persuasif
- Le sourire au téléphone

3 - Accueillir au téléphone

- La prise de contact : présentation, identification de l'interlocuteur, création d'un climat de confiance
- La découverte
 - savoir faire répéter
 - poser les bonnes questions
 - La gestion de la communication
 - faire patienter, reprendre une communication en attente
 - prendre en note un message

- Utiliser l'écoute active :

- mieux informer, orienter, proposer
- les techniques de reformulation, de recentrage
- convaincre, persuader

4 - Contacter les clients

- Préparer l'entretien
- Définir l'objectif
- Créer le contact, se présenter
- Ouvrir le dialogue
- Conduire l'entretien
- Faire face aux objections
- Savoir optimiser l'appel téléphonique
- Utiliser efficacement son argumentaire
- Maîtriser la durée de l'entretien
- Reformuler, conclure

5 - Simulation sur cas concrets, par exemple :

- Prendre en compte tout motif de mécontentement, d'insatisfaction
- Traiter les réclamations, les clients mécontents, les problèmes de délais, de tarifs...
- Faire face à l'agressivité
- Adopter une attitude positive en vue de recherche de proposition, de solution
- Conclure avec courtoisie

Nombre de participants limité

PÉDAGOGIE

- Cas, mises en situation en relation avec l'activité professionnelle de chacun
- Exercices d'entretiens simulés, enregistrés au valiphone. Conseils personnalisés
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

Inter-entreprises

1 jour

Prix : 700 € H.T.

Repas offert

Paris

• 20 juin 2017

• 22 novembre 2017

Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande

BERNARD BRUCHE FRANCE

VENDE ET PROSPECTER PAR TÉLÉPHONE

Dans une entreprise, la vente se fait aussi grâce aux bons contacts entretenus avec la clientèle par les services annexes. Chaque utilisateur du téléphone au plan commercial a besoin de connaître les éléments de méthode, de style, de langage et de pratique lui permettant d'améliorer son impact commercial à l'occasion de toute communication téléphonique.

OBJECTIFS

- Dynamiser la promotion des produits, des services de l'entreprise
- Valoriser l'image de l'entreprise
- Acquérir le savoir-faire de la prospection et de la vente par téléphone

PERSONNES CONCERNÉES

- Vendeurs, agents, assistantes et secrétaires commerciales, assistants de SAV,...

PROGRAMME

1 - La pratique du téléphone

- Le téléphone, outil de communication
- Le comportement au téléphone :
 - valoriser l'entretien téléphonique
 - la disponibilité
 - la personnalisation de l'entretien
 - l'écoute "active" pour informer, convaincre et vendre

2 - L'expression au téléphone

- Communiquer en non verbal avec la voix, le rythme de l'élocution : débit, volume...
- Le langage : choix des mots, des formulations, style positif, persuasif
- Le sourire : il s'entend au téléphone

3 - L'accueil au téléphone

- La prise de contact
- La prise en charge du "demandeur" :
 - les besoins réels de l'interlocuteur
 - reformuler, recentrer

4 - La prospection par téléphone

- Le fichier : utilisation, actualisation
- La prospection : contact, recherche et identification du bon interlocuteur, qualification du prospect, caractéristiques et potentiel

5 - La vente par téléphone

- La préparation de l'entretien
- Guide d'entretien :
 - argumentaire
 - réponses aux questions, aux objections
- La réalisation de supports : fiches de contact - de suivi - de rappel
- Les différentes phases de la vente :
 - découverte, argumentation, reformulation
 - réponses aux objections
 - types de conclusion

6 - La structuration de l'entretien

- Comprendre l'interlocuteur et structurer son message
- Ouvrir le dialogue
- Conduire l'entretien, optimiser l'appel
- Maîtriser la durée de l'entretien

7 - La gestion de la relation au téléphone

- Les modes de fonctionnement individuels
- Adopter une attitude positive, en vue de recherche de proposition
- Adapter son langage à celui de l'autre
- Rassurer et valoriser l'interlocuteur

PÉDAGOGIE

- Exercices d'entretiens simulés, en relation avec des situations vécues
- Écoute - Prise de conscience des mauvais réflexes. Correction et reformulation
- Commentaires et analyse. Conseils personnalisés
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

Interentreprises

1 jour

Prix : 700 € H.T.

Repas offert

Paris

● 11 mai 2017

● 17 novembre 2017

Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande

BERNARD BRUCHE FRANCE

LES FONDAMENTAUX DE LA RELATION TÉLÉPHONIQUE

Qualité, efficacité, professionnalisme au téléphone

Une bonne utilisation du téléphone s'acquiert. Cette formation donne les fondamentaux de cette technique. Elle est réalisée avec un groupe de faible importance sur une journée. Elle peut être réalisée en formation personnalisée dans nos locaux ou en entreprise à la date de votre choix .

OBJECTIFS

- Donner une bonne image de son entreprise, de son service, de son organisation...
- Développer son professionnalisme
- Savoir mieux maîtriser le téléphone pour assurer un meilleur service
- Développer la confiance en soi pour un travail de meilleure qualité

PERSONNES CONCERNÉES

- Toute personne ayant à utiliser l'outil téléphone

PROGRAMME

1 - Les grands principes

- Répondre rapidement
- Ne pas laisser en attente
- Savoir se présenter
- Réussir les transferts
- Savoir faire patienter

2 - La gestion des appels

- Comprendre les raisons réelles de l'appel
- Transférer l'appel au bon interlocuteur

3 - L'expression au téléphone

- Débit, voix, rythme, sourire
- Savoir reformuler, synthétiser

4 - La valorisation de l'entreprise

- Tact, discrétion, présence d'esprit
- L'image que le personnel souhaite donner de son entreprise
- La dimension "*commerciale*" de tout entretien téléphonique

5 - L'appel

- Préparer l'appel
- Faire la présentation
- Résumer, reformuler
- Savoir conclure

6 - La réception des appels

- Accueillir le correspondant
- Écouter et décider : répondre, transférer à une autre personne...
- Savoir conclure
- Répondre en l'absence de l'interlocuteur : notes, transmission, suivi

7 - Exercices pratiques

Les cas traités sont choisis par le groupe.

Par exemple :

- Savoir faire patienter
- Savoir gérer l'interruption d'un appel
- Vaincre l'agressivité
- Faire face aux réclamations
- La demande de renseignements
- La prise de rendez-vous
- L'écoute des besoins
- Le transfert
- La messagerie...

Nombre de participants limité

PÉDAGOGIE

- Exposés, mises en situation et simulations enregistrées sur matériel téléphonique
- Exercices pratiques et cas concrets. Conseils personnalisés
- Un guide : « *Le savoir téléphoner* » est remis à chaque participant en fin de formation
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

Interentreprises

1 jour

Prix : 700 € H.T.

Repas offert

Paris

• 30 mai 2017

• 21 novembre 2017

Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande

BERNARD BRUCHE FRANCE

S'ADAPTER À LA CLIENTÈLE POUR MIEUX COMMUNIQUER

Convaincre, faire passer ses messages et éviter les conflits

La Mémonique® est une technique de communication permettant d'adapter son message à des personnes qui raisonnent, pensent ou ont des comportements différents des nôtres. Elle ne classe pas les individus, tout au plus explique-t-elle qu'à un moment déterminé il peut y avoir un mode dominant. La technique utilisée auprès de plusieurs milliers de participants permet de traiter toutes les situations de dialogue, d'entretien ou de conflit que l'on rencontre dans le monde professionnel.

OBJECTIFS

- Favoriser son adaptation au poste de travail et son évolution professionnelle
- Se connaître en situation de communication pour faire passer ses messages
- Favoriser la communication en utilisant le mode de communication des autres selon le système PANAL
- Réduire les agressions et paraître soi-même moins agressif

Plus de 5 500 participants

PERSONNES CONCERNÉES

- Toute personne ayant à convaincre dans des situations positives ou négatives, souhaitant paraître moins agressive ou désireuse d'adapter son message à des personnes de niveau, de culture ou d'opinions différentes des siennes
- Toute personne souhaitant améliorer sa communication

PROGRAMME

1 - Mieux comprendre son fonctionnement et celui des autres

- Comprendre notre manière de fonctionner
- Connaître les modes de fonctionnement et la répartition des modes chez chacun d'entre nous
- Tension et mémorisation

2 - Adapter sa communication

- Différences existant entre l'image perçue et son image réelle
- Les raisons des jugements : pourquoi suis-je estimé agressif, mauvais communicant, intolérant...
- Mon non verbal

3 - Persuader avec la Mémonique®

- Ne pas agresser ou heurter inconsciemment
- Créer un climat positif, reconnaître l'autre
- Avoir un non verbal adapté
- Atténuer l'expression de sa pensée
- Respecter les valeurs pour convaincre

- Faire comprendre, admettre et mémoriser le message que l'on veut transmettre
- Parler le langage de l'autre, utiliser le système PANAL
- Éviter les raisonnements interprétables
- Savoir adapter son vocabulaire, son raisonnement à l'autre

4 - Entraînement sur des cas pratiques

En priorité, sont traités les cas évoqués par les participants. A titre d'exemples :

- Entretien de mise au point, de reproche
- Délégation
- Présentation d'idées, de formation
- Consignes à transmettre
- Clients, usagers, contacts difficiles, délicats ou agressifs
- Collaborateurs ou supérieurs refusant d'écouter
- Messages difficiles à faire passer : changements, conflits, cas personnels...

PÉDAGOGIE

- Un questionnaire préalable d'analyse des attentes est envoyé à chaque participant
- Les applications se font selon les souhaits des groupes sur des situations vécues, jugées souvent difficiles par les participants. Mises en situations filmées
- Exercices variés appliqués aux situations individuelles, conseils personnalisés
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

Inter-entreprises

2 jours

Prix : 1 180 € H.T.

Repas offerts

Paris

• **15.16 juin 2017**

• **23.24 novembre 2017**

Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande

BERNARD BRUCHE FRANCE

GÉRER LES RÉCLAMATIONS ET LES CLIENTS MÉCONTENTES

Cette formation, en vous donnant des méthodes, vous permet de traiter en professionnel et évite l'implication et le stress qui l'accompagne.

OBJECTIFS

- Fiabiliser et professionnaliser la lecture des courriers clients.
- Consolider les compétences rédactionnelles.
- Contribuer à la réduction des motifs de réclamation.
- Renforcer son assurance et sa maîtrise de soi.
- Accroître la lisibilité des réponses aux réclamations.

PERSONNES CONCERNÉES

- Toute personne ayant à traiter des réclamations (clients, usagers, utilisateurs).

PROGRAMME

- Les bases de la réclamation :
 - réclamer est un droit, il y a toujours un aspect relationnel, par ce fait, une réclamation est toujours justifiée.
- Comprendre la réclamation pour répondre juste :
 - les caractéristiques du client ou de l'utilisateur insatisfait...
 - les différents profils de clients « mécontents »
 - la nature de la réclamation.
 - traduire la réclamation, poser les « vrais » problèmes
 - la réponse justifiée.
- Bâtir la réponse écrite :
 - analyser et sélectionner les idées
 - définir un objectif et décider : accepter / refuser
 - choisir le plan le plus adapté
 - rédiger, s'attirer la sympathie du destinataire
 - savoir présenter, le cas échéant, des excuses
 - faire patienter si la réponse nécessite des recherches.
- Assurer le suivi.

PÉDAGOGIE

- A partir de fiches techniques et d'études de cas, conception et rédaction de textes.
- Analyse, confrontation et évaluation en groupe.
- Exercices pour dynamiser corrections et commentaires.
- Chaque participant apporte des écrits professionnels qui serviront de supports d'exercices.

Interentreprises

2 jours

Prix : 1 150 € H.T.

Repas offerts

Paris

● **19.20 juin 2017**

● **25.26 septembre 2017**

Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande

BERNARD BRUCHE FRANCE

FORMATION PERSONNALISÉE

PROSPECTER AU TÉLÉPHONE

1 participant - 1 formateur
1 journée de formation
1 heure de crédit téléphonique

OBJECTIFS

- Dynamiser la promotion des produits, des services de l'entreprise
- Valoriser l'image de l'entreprise
- Acquérir le savoir-faire de la prospection et de la vente par téléphone

THÈMES PROPOSÉS

- Le comportement au téléphone : disponibilité, personnalisation
- L'écoute "active" pour convaincre et vendre
- Communiquer : la voix, le rythme de l'élocution, le débit, le volume...
- Le langage, le sourire
- L'accueil au téléphone : prise de contact, prise en charge du "demandeur", besoins...
- Reformuler, recentrer
- Prospecter par téléphone : fichier, contact, recherche et identification du bon interlocuteur, qualification du prospect...
- Préparer l'entretien : guide d'entretien, argumentaire, réponses aux questions, aux objections
- La réalisation de supports : fiches de contact - de suivi - de rappel
- Les différentes phases de la vente : découverte, argumentation, reformulation, réponses aux objections, conclusion
- Comprendre l'interlocuteur et structurer son message, ouvrir le dialogue
- Conduire l'entretien, optimiser l'appel
- Maîtriser la durée de l'entretien
- Les modes de fonctionnement individuels
- Adopter une attitude positive, en vue de recherche de proposition
- Adapter son langage à celui de l'autre
- Rassurer et valoriser l'interlocuteur

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

- Animateur Senior expérimenté capable de traiter les situations évoquées
- Questionnaire préalable d'analyse des attentes envoyé au participant
- L'animateur et le participant définissent les priorités, elles seront traitées dans un ordre logique
- Mises en situation et simulations pour ceux qui le souhaitent à partir de cas concrets
- Les situations personnelles et leur développement sont suivis lors du coaching téléphonique

COACHING

- Le crédit d'heure téléphonique est à prendre dans les 3 mois suivant la formation, il est à l'initiative du participant
- Organisation sur rendez-vous en fonction des disponibilités du participant et du formateur

• 1 journée et une heure de crédit téléphonique

Formation personnalisée. Date et lieu à convenir d'un commun accord entre le participant et le formateur

Déplacements possibles en province : nous consulter.

Prix à Paris : **1 150 € H.T.** Repas offert

• Variantes, repas offerts :

- 2 participants sans crédit téléphonique : **1300 € HT/jour**
- 3 participants sans crédit téléphonique : **1500 € HT/jour**

BERNARD BRUCHE FRANCE