

OBJECTIFS

- Développer une qualité de prise en charge des appels entrants commune au sein du CRC des Crédits Mutuel et des CIC afin de renforcer la qualité de service et une meilleure expérience client
- Faire prendre conscience aux collaborateurs des enjeux et conséquences liés à leurs pratiques et comportements au téléphone... sur les clients.
- Professionnaliser et structurer la prise en charge des appels entrants pour savoir traiter une demande client de manière efficace, rapide et savoir ouvrir à d'autres besoins.
- Travailler sa communication orale pour être plus pédagogue au téléphone et ainsi mieux faire passer ses messages. Au final, développer les bons savoir-être et savoir-faire lors des contacts par téléphone
- Anticiper les rebonds commerciaux

CONTENU DE LA FORMATION

INTRODUCTION : Contexte et enjeux

Présentation des enjeux liés à la relation client, leurs nouvelles attentes, présentation et tour de table

1. Les attentes des clients lors de leurs appels téléphoniques

Evolutions comportementales des clients liées aux évolutions sociétales.

2. La prise en charge de la demande des clients / La structure des appels

Les différentes étapes des appels entrants / L'identification du client et de sa demande / Les bonnes attitudes à adopter / L'approfondissement de la demande des clients.

3. Les clefs de la réussite de la prise en charge d'un appel entrant

Identification personnalisée / L'importance de l'écoute, la reformulation (test d'écoute active) / Le choix du discours lié à l'approche par téléphone : adapté, simple, positif, concis / La coordination entre le téléphone et les recherches informatiques / En fonction des types de demandes des clients savoir appliquer les bonnes techniques de questionnement pour aider le client à s'exprimer pour mieux comprendre sa demande : Les différents types de questions / Leurs avantages & inconvénients... et préparer les futurs rebonds commerciaux

4. Les vecteurs de communication

gestion des blancs, synchronisation du fond et de la forme.

5. La gestion des mécontentements

Comprendre et accepter les objections au téléphone, véritable vecteur d'opposition / Savoir les anticiper et les appréhender sans se laisser déstabiliser / Savoir utiliser l'objection pour mieux rebondir lors de l'entretien.

6. Synthèse de la journée et plan d'actions individuel

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Interactivités, sondages et outils annexes

PUBLICS

Conseillers commerciaux en ligne

PRÉREQUIS

Aucun

ÉVALUATION

Cas pratiques tout au long de la CV

FORMATEURS

Nos formateurs sont tous issus du monde de la banque et de l'assurance.

(Liste non exhaustive)



RICHE
Amélie



CARLIER
Cyril

DURÉE : 2 jours soit 14 heures

MOYENS TECHNIQUES :

Ordinateur, internet

PRIX : 1 700 € / jour

*Possibilité de dégressivité
Maxi : 8 à 12 personnes*

LIEU : Sur site avec accès PMR
ou en classe virtuelle