



RELATION CLIENT AU TÉLÉPHONE

Maîtriser les fondamentaux pour une prise en charge optimale et qualitative



PROGRAMME
Accessible en :

- Intra-entreprise
- Training individuel

J -15 > questionnaires avant-stage ciblant contexte, mission, difficultés et cas pratiques relayés par les participants

Jour 1

1 | Connaître et comprendre les mécanismes de la communication interpersonnelle au téléphone

- La notion de « filtre de perception » ou pourquoi nous pouvons ne pas comprendre notre client
- Les conséquences de l'existence du filtre dans l'interaction avec l'appelant

2 | Mettre la forme (la communication non-verbale et la voix) au service de son message

- L'importance des détails dans la communication
- L'impact de la communication non verbale (CNV) sur son interlocuteur
- La notion de « congruence » ou en quoi le fait de dire les choses ne suffit pas si la voix ne porte pas le message
- Le travail de la voix sur ses modalités (articulation/rythme/débit)
- La synchronisation sur le client

3 | Matérialiser son écoute de différentes manières pour capter toute l'information utile

- Les 3 types d'écoute
- Le principe de l'accusé-réception (A/R) pour prendre en compte le besoin de reconnaissance du client
- La nécessaire reformulation

Ancrage des acquis
Consolidation Plan d'action et de progression individuel

Jour 2
Réactivation des acquis du jour 1

4 | Questionner efficacement l'appelant pour comprendre sa situation et sa demande

- L'importance de la qualification de la demande pour mieux la comprendre
- Les différents types de question (ouverte, fermé, alternative, à choix multiple)
- La boussole du langage pour clarifier la demande et lever les imprécisions

5 | Formuler une explication claire et convaincante

- Les différents niveaux de langage : familier, courant, soutenu
- L'effort pédagogique pour donner des explications compréhensibles et claires pour l'appelant
- La gestion de notre propre méconnaissance, autrement, quoi dire quand on a pas la réponse, sans se décrédibiliser

6 | Mettre en oeuvre l'ensemble des réflexes qui contribuent à une prise en charge de qualité

- La corrélation entre durée d'attente et état émotionnel du client en appel entrant
- Les réflexes relationnels de prise en charge qualitatif d'un client
- La gestion des silences au téléphone
- Le cas particulier de la mise en attente de l'interlocuteur

Ancrage des acquis
Consolidation Plan d'action et de progression individuel

S.A.V. Pédagogique : Crédit mail 7/participant pendant 6 mois.

Les activités pédagogiques Capite Corpus

DécliC > prendre conscience... **MécaniC** > s'approprier une méthode...
PratiC > se mettre en situation... **VéridiC** > s'entraîner dans son contexte...

Objectifs pédagogiques
COMMENT FAIRE POUR ...

- Connaître et comprendre les mécanismes de la communication interpersonnelle au téléphone
- Mettre la forme (la communication non verbale et la voix) au service de son message
- Matérialiser son écoute de différentes manières pour capter toute l'information utile
- Questionner efficacement l'appelant pour comprendre sa situation et sa demande
- Formuler une explication claire et convaincante
- Mettre en oeuvre l'ensemble des réflexes qui contribuent à une prise en charge de qualité

ÉVAL'FORMATION

Avant la formation : Identifier ses **attentes**, ses enjeux, remonter ses **difficultés**, son **contexte**

En fin de formation : **Auto-évaluer sa progression personnelle** sur chaque objectif pédagogique

Après la formation : **Donnez votre avis** sur l'utilité de la formation de retour à votre poste de travail !

PROFIL DE L'INTERVENANT

Consultant Senior en techniques commerciales spécialiste du téléphone

PUBLIC

Personnes concernées : Assistant(e)s - Conseillers clientèle - Tout salarié amené à gérer un volume d'appels important

Prérequis : Aucun

Effectif préconisé : max. 8 participants

MODALITÉS

Intra-entreprise : organiser cette formation dans votre entreprise en présentiel ou en distanciel

Training individuel : formation accessible en "one to one" : durée et schéma pédagogique adaptés

[Cliquer pour demander un devis détaillé](#)

Vous êtes en situation de **handicap** : nous sommes là pour personnaliser votre accompagnement : [nous contacter](#)