



“ Pour moi il y a une phase avant la formation et une phase après, et je note que le taux de conversion des appels entrants a progressé entre les deux. Il est passé de 9% à 15% en moyenne. ”

CÉDRIC GEFFROY

DIRECTEUR COMMERCIAL - AMAC



AMAC

Jeune groupe en plein développement, AMAC compte 8 campings-clubs hauts de gamme, 4 et 5 étoiles. Dans un secteur hyperconcurrentiel, AMAC souhaite offrir à ses clients une expérience différenciante, innovante et de grande qualité pendant, avant et après le séjour. Le groupe poursuit aujourd'hui le développement de cette nouvelle offre par la montée en gamme de ses établissements et la création de nouveaux services et par de nouvelles acquisitions à court terme.

CHALLENGE : APPORTER UN POSITIONNEMENT PLUS PROFESSIONNEL ET COMMERCIAL

Les 14 participants à la formation sont des responsables de réception qui gèrent l'accueil des clients, l'encadrement des équipes, ainsi que la relation client à distance, notamment par téléphone. Cédric Geffroy, Directeur Commercial a souhaité professionnaliser ces équipes, en apportant une dimension commerciale à leurs missions. La formation avait trois objectifs majeurs :

- Apporter une méthodologie, pour permettre aux agents de comprendre comment amener les informations, passer le cap de la proposition commerciale et ainsi augmenter le taux de transformation ;
- Avoir un positionnement plus professionnel et plus commercial au téléphone : faire des propositions, évaluer le budget du client, ne pas être gêné dans la discussion, mettre le client à l'aise, etc. ;
- Faciliter la relation client, en travaillant notamment l'attitude à avoir en cas de mécontentement.

LES + TELS : UNE FORMATION COMPLÈTE ET ADAPTÉE AU NIVEAU DES COLLABORATEURS

La formation de Telsi a été réalisée en plusieurs phases. “Les appels mystères menés en amont de la formation ont permis aux agents de comprendre quels étaient leurs axes de progression”.

“Tout en se mettant à leur niveau, en amenant subtilement les concepts et en montrant ce qui marche et ce qui ne marche pas, la formatrice a su répondre à l'ensemble des points soulevés en amont”. Une seconde session d'appels mystères a également été réalisée suite à la formation, ainsi qu'un débrief en entretiens individuels.

“L'un des vrais points forts a été que toutes les personnes présentes ont compris la différence entre le mot commercial et vendeur. Les agents ont pris conscience que le commerce est à la portée de tout le monde et que l'on peut faire du commercial sans côté péjoratif, ce qui les a mis en confiance pour la suite.”

“Le bilan est positif, je me rends compte qu'aujourd'hui, le taux de conversion sur les appels entrants a progressé”.