

## COMMENT REUSSIR UNE VENTE A DISTANCE EN VISIOCONFERENCE ?



### ◆ Personnes concernées :

- ✓ Téléconseillers, téléprospecteurs, télévendeurs, conseillers clientèle à distance, assistant(e)s ADV, vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires
- ✓ Toute personne souhaitant vendre en visioconférence auprès des particuliers ou des professionnels

### ◆ Objectifs :

- ✓ Comprendre l'intérêt de la **vente en visioconférence**
- ✓ Maîtriser les étapes pour réussir
- ✓ Éviter les écueils pour pouvoir conclure
- ✓ Dérouler une vente avec fluidité
- ✓ Faire s'engager le client sur la signature de l'offre
- ✓ Acquérir les **bonnes pratiques de la vente en visioconférence**

### ◆ Contenu :

#### Introduction : comment faire de la vente en visioconférence ?

- ✓ Différences entre vente par téléphone, en face à face et en visioconférence
  - Les avantages de la visioconférence
  - Les limites de la **vente en visioconférence** et les variantes au « tout visio »
- ✓ **Vendre en visio** ou présentiel : le séquençage de la démarche de vente
  - Les 3 phases clés de la vente
  - La 4ème phase possible

## Etape 1 : la prise de rendez-vous commercial en visioconférence

### La préparation pour la prise de rendez-vous

- ✓ Le fichier
- ✓ La préparation mentale

### La préparation pour les visios à venir

- ✓ L'équipement informatique
- ✓ Le son et l'image
- ✓ Le choix du logiciel pour les visios à venir :
  - les différents logiciels du marché
  - Avantages et inconvénients
- ✓ Mentale : combattre l'ennemi du vendeur

### Les étapes de l'appel

- ✓ Prendre contact
  - Se présenter
  - Identifier l'interlocuteur
- ✓ Créer l'événement
- ✓ Susciter l'intérêt : **l'alternative 3 branches**
- ✓ Détecter et traiter les objections
- ✓ Traiter les objections : **méthode ACRE**
- ✓ Evaluer le réel intérêt du prospect : **la question d'évidence**
- ✓ Connaitre le circuit de décision
  - Identifier les personnes à inclure aux étapes 2 et 3

### Le verrouillage du rendez-vous

- ✓ Valider le RDV
  - L'alternative
- ✓ Engager le client à être présent lors du RDV
  - Le **teasing**
- ✓ Valider avec le client
  - Le choix du logiciel
  - Le mode opératoire
- ✓ Inscrire le rdv dans l'agenda du client
  - Le traitement à chaud : outils et techniques
- ✓ Limiter le taux de chute et s'assurer de la présence du client à la prochaine étape en visio
  - Le rappel à froid : outils et techniques

## Etape 2 : le recueil des besoins

### La préparation

- ✓ La vérification du matériel
- ✓ La préparation de l'environnement
- ✓ La prévention des intrusions
- ✓ Le test en interne

### Expliquer les règles du jeu

- ✓ Le micro
- ✓ La vidéo
- ✓ L'utilisation de la fonction partage de document

### La communication verbale et non verbale

- ✓ Verbale et non verbale
- ✓ Les erreurs les plus fréquentes/les parades

### La présentation FLASH de notre société

- ✓ Comment être percutant en 3 mn chrono !

### La prise de contact

- ✓ Le tour de table

### La découverte

- ✓ Prospector par téléphone : découvrir les besoins pour faire parler
- ✓ Les techniques pour faire parler à distance
  - Les besoins produit
  - Les motivations d'achat du client : le **SONCASE**
  - Techniques de questionnement :
    - La **méthode du Quintilien**

### La reformulation

- ✓ Pourquoi est-elle indispensable ?
- ✓ Comment et quand la pratiquer ?

### La proposition préliminaire

- ✓ Pourquoi la faire ?
- ✓ Dans quels cas est-elle possible ?

### La prise de rdv pour la présentation de l'offre

### L'envoi de l'offre par mail au client avant le rdv de présentation

- ✓ Dans quels cas
- ✓ Quand ?

### Etape 3 : la proposition et le closing

#### La préparation

- ✓ Préparer une vente en visioconférence
- ✓ La construction de son offre commerciale à distance
  - La **méthode CLAIRE**
- ✓ Le choix des documents à montrer
  - La **règle PSM**
- ✓ Le choix de documents à laisser au client
- ✓ La construction des argumentaires de vente
- ✓ L'anticipation des objections et la préparation des réponses adaptées
- ✓ Les documents et les modes opératoires pour la conclusion

#### La proposition

- ✓ Comment tenir compte des remarques client tout en déroulant son offre

#### L'argumentation

- ✓ **Méthode CAP**

#### Le traitement des objections : dissiper les craintes

- ✓ Les différents types d'objection
- ✓ Traitement des objections : **méthode ACRE**

#### La conclusion en télévente

- ✓ Moments favorables : le repérage des feux verts
- ✓ Techniques de conclusion pro active
- ✓ L'envoi des documents

#### La conduite à tenir en cas d'échec

- ✓ La question de confiance
- ✓ La planification d'un nouveau rdv

#### L'organisation et la planification

- ✓ Les actions immédiates à réaliser suite à l'appel
- ✓ L'échéancier des relances et du suivi client

#### Méthodologie :

- ✓ Construction d'un script de **vente en visioconférence** : travaux à partir de 1 ou 2 services/produits commercialisés
  - Découvertes et argumentaires
  - Evénements
  - Liste des objections les plus courantes et réponses possibles
- ✓ Mémo complet
- ✓ Simulations enregistrées avec débriefings et préconisations à chaud

#### Durée :

Présentiel en collectif	FOAD* en collectif	Présentiel en individuel (formation coachée)	FOAD* en individuel (formation coachée)
3 jours (21h)	3 x 4h	2 jours (14h)	3 x 4h

\*Formation à distance