

RELANCER ET TRANSFORMER SES DEVIS PAR TELEPHONE

- ◆ **Personnes concernées :**
 - ✓ Tout collaborateur qui désire relancer des devis par téléphone tant auprès des professionnels que des particuliers
- ◆ **Objectifs :**
 - ✓ Structurer sa démarche de vente pour vendre plus vite et limiter les relances
 - ✓ **Savoir comment relancer un client après un devis.**
 - ✓ Acquérir les méthodes pour se différencier des concurrents
 - ✓ Emporter l'adhésion du client pour la signature du devis
- ◆ **Contenu :**
 - Introduction : structurer la démarche de vente**
 - ✓ La démarche de vente : pourquoi la structurer ?
 - Les habitudes et les pièges à éviter
 - L'envoi du devis par mail : oui, mais...
 - ✓ La structuration idéale de la démarche
 - Les 2 étapes fondamentales
 - L'étape 3 optionnelle
 - Rappel du contenu succinct de chaque étape
 - Les outils d'échanges avec le client (téléphone, mail..) : quel outil pour quelle phase à quel moment ?
 - ✓ Le suivi à réaliser si on n'a pas réussi à faire signer le devis ?
 - La **relance commerciale** dans la démarche de vente

1^{ère} étape : la relance du devis : méthodes et pratiques

Préparer sa relance

- ✓ Mentale : supprimer ses a priori
- ✓ Matérielle : **offre commerciale**, réponses aux questions probables ...

Structurer son appel

- ✓ L'assurance de parler à la bonne personne
 - L'identification de l'interlocuteur
- ✓ La présentation et l'objet de l'appel
 - Réussir sa communication au téléphone

- ✓ La validation des besoins du client par rapport au devis réalisé
- ✓ Le ciblage des points d'appui pour convaincre
- ✓ La découverte de la concurrence si elle existe
 - Les méthodes de découverte
 - Les motivations d'achat : le **SONCASE**

- ✓ Le réajustement de son devis aux besoins

- ✓ L'argumentation efficace ?
 - La méthode **CAP**
- ✓ **L'argumentation comparative** pour se démarquer du concurrent

- ✓ Le traitement des objections
 - La **méthode ACRE**
- ✓ Le traitement spécifique de l'objection tarifaire
 - Prérequis et astuces
 - Les différentes façons de **défendre son tarif**

- ✓ La signature de l'offre : moment clé de la **relance du prospect**
 - Repérer les moments propices
 - Engager le client à signer l'offre

- ✓ L'identification d'une signature impossible
 - Le **droit au but**

Suivre l'appel

- ✓ Planifier et organiser l'après relance

◆ **Méthodologie :**

- ✓ Manuel reprenant :
 - La structure de la démarche de vente pour limiter le nombre de relances
 - La trame d'un entretien pour relancer efficacement un devis
- ✓ Mises en pratique débriefées collectivement
- ✓ Travaux en ateliers

◆ **Durée :**

- ✓ Formation à distance : 8h (2 sessions de 4h)