

## **REUSSIR SA TELEVENTE CHEZ LES PROSPECTS**

### ◆ **Personnes concernées :**

- ✓ Téléconseillers, télévendeurs, conseillers clientèle à distance, assistant(e)s ADV, vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires
- ✓ Toute personne amenée à vendre un produit ou un service par téléphone à un prospect

### ◆ **Objectifs :**

- ✓ Appréhender les fondamentaux de la formation vente par téléphone auprès de prospects
- ✓ Savoir prospecter par téléphone dans un fort contexte concurrentiel
- ✓ Savoir se positionner face à un concurrent en place
- ✓ Maîtriser les techniques d'argumentation en télévente
- ✓ Savoir défendre ses prix et ses conditions
- ✓ Planifier et suivre ses relances

### Remarques préliminaires

- ✓ Cette formation vente par téléphone est consacrée à la vente à un prospect en **appels sortants** (la force de vente est à l'origine de l'appel).
- ✓ Les méthodes et techniques de la formation vente par téléphone seront adaptées :
  - Aux actions commerciales de télévente (en cours ou à venir) de l'entreprise
  - A l'environnement concurrentiel
  - Aux produits et services commercialisés par l'entreprise en prospection téléphonique

## 1<sup>ère</sup> partie : la communication au téléphone

### ◆ Contenu :

- ✓ La prospection : un acte vital pour l'entreprise
- ✓ Avantages de la prospection téléphonique par rapport aux autres types de prospection
- ✓ Le schéma de la communication
- ✓ Les facteurs clés d'une communication réussie
  - Test de Leavitt
  - Ecoute active, questionnement et recherche de feed-back
  - Questions ouvertes/fermées
  - **La règle des 4 « C »**
  - Les pièges à éviter
- ✓ Différences entre communication en face à face et au téléphone
  - Les mots
  - Les gestes
  - La posture
  - La respiration
- ✓ L'utilisation de la voix en prospection téléphonique
  - Le débit, l'intonation, le rythme, la chaleur
  - l'utilisation de la voix au cours des différentes phases de la vente
- ✓ Le langage
  - Les types de langage
  - Les interdits et les mots à éviter/à utiliser
- ✓ La posture
- ✓ La respiration
- ✓ Les 11 règles d'or d'une communication réussie

### ◆ Méthodologie :

- ✓ Tests, exercices

## 2ème partie : la démarche logique de vente à un prospect par téléphone

### Se préparer

- ✓ Préparation mentale :
  - La concentration
  - Dépasser ses propres freins
- ✓ Préparation matérielle
  - Fichier client
  - Argumentaires de vente
  - Anticipation des objections et préparation des réponses adaptées
  - Fixation d'un objectif par appel

### Prendre contact

- ✓ Se présenter et créer un climat de confiance
- ✓ Susciter d'emblée l'intérêt pour prospecter efficacement par téléphone
  - **L'événement**
- ✓ Vaincre les objections départ du prospect
- ✓ Contourner le barrage secrétaire
  - L'implication
  - La **mise en défaut**

### Découvrir

- ✓ Prospecter par téléphone : découvrir les besoins pour faire parler
  - Définition
  - Techniques de questionnement
    - ❖ Questions ouvertes : CQQCOQP
    - ❖ Questions alternatives
    - ❖ Questions de relance
    - ❖ Reformulation partielle
- ✓ La reformulation
  - Pourquoi est-elle indispensable ?
  - Comment et quand la pratiquer ?

### Convaincre

- ✓ Les motivations d'achat du client : le **SONCAS**
  - Motivations irrationnelles
  - Motivations rationnelles
- ✓ L'argumentation simple
  - **Méthode CAP**
- ✓ L'argumentation face au concurrent en place
  - **l'argumentation comparative**
- ✓ La découverte des motivations et les freins du client
  - **L'alternative 3 branches**

### Traiter les objections

- ✓ Dissiper les craintes : répondre aux objections
  - Les différents types d'objection
  - Traitement des objections : méthode ACRE

### Conclure en télévente

- ✓ Concrétiser : la conclusion pro active
  - Moments favorables : le repérage des feux verts
  - Techniques de conclusion pro active
- ✓ Assurer l'engagement du client
  - La décompression
- ✓ Peaufiner l'image de l'entreprise
  - La prise de congé
- ✓ La conduite à tenir en cas d'échec
  - La question de confiance

### Organiser et planifier le suivi

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

### ◆ Méthodologie :

- ✓ Construction d'un script de vente : travaux à partir de 2 ou 3 services/produits commercialisés
  - Découvertes et argumentaires
  - Evénements
  - Liste des objections les plus courantes et leurs réponses possibles
- ✓ Simulations enregistrées et filmées avec débriefings et préconisations à chaud

### 3<sup>ème</sup> partie : ventes sur appels réels

#### ◆ **Objectifs :**

- ✓ Réaliser des ventes par téléphone
- ✓ Valider les acquis et peaufiner les techniques vues en salle

#### ◆ **Contenu et méthodologie :**

- ✓ Entretiens réels
- ✓ Ecoutes individualisées avec débriefings et préconisations à chaud
- ✓ Débriefings collectifs avec apports de solutions concrètes

#### ◆ **Matériel à prévoir :**

- ✓ Un fichier prospects validé
- ✓ Une documentation produit complète
- ✓ Un écran blanc de projection
- ✓ 1 paper-board
- ✓ Un téléphone avec casque en double écoute (ou hauts parleurs) pour chaque participant

#### ◆ **Livrable**

- ✓ Production d'un tableau de bord avec résultats
  - Collectifs
  - Individuels

#### ◆ **Durée :**

- ✓ 3 jours