

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^{ère} 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^{ème} 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