

## ACCROITRE SES VENTES PAR TELEPHONE CHEZ LES CLIENTS

### ◆ 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

### ◆ Objectifs :

- ✓ Maîtriser les techniques de commercialisation par téléphone chez un client en appels sortants
- ✓ Savoir développer ses parts de marché dans un contexte concurrentiel
- ✓ Pouvoir orienter la vente vers un produit/service que le client n'achète pas
- ✓ Développer des réflexes et des automatismes propres à la vente par téléphone
- ✓ Savoir utiliser les techniques de vente par téléphone pour traiter efficacement les objections
- ✓ Augmenter son chiffre d'affaires

### Remarques préliminaires

- ✓ Les méthodes et techniques de vente par téléphone traiteront des appels sortants (la force de vente est à l'origine de l'appel)
- ✓ Elles seront adaptées :
  - Aux actions commerciales (en cours ou à venir) de l'entreprise
  - A la pression concurrentielle

## 1<sup>ère</sup> partie

### La communication au téléphone

#### ◆ **Contenu :**

- ✓ Le schéma de la communication
- ✓ Les facteurs clés d'une communication réussie dans la vente par téléphone
  - 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
- ✓ Les principales difficultés de la vente à distance
- ✓ L'utilisation de la voix
  - Le débit, l'intonation, le rythme, la chaleur
  - l'utilisation de la voix au cours des différentes phases de la vente par téléphone
- ✓ 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

## 2<sup>ème</sup> partie

### La démarche logique de vente au téléphone avec un client

#### **Préparer l'appel**

- ✓ Fichier client
  - Préparation et ciblage
- ✓ Client
  - Profils psychologiques
  - Analyse des ventes et historique des commandes
- ✓ Produits/services vendus
  - Analyse des parts de marché
  - Détection de services/produits à développer
- ✓ Produits/services non vendus
  - Analyse des ventes croisées possibles
  - Autres ventes à initier
- ✓ Construction des argumentaires

### Prendre contact

- ✓ Faire dire la satisfaction
- ✓ Annoncer l'objectif de l'appel

### Créer un besoin immédiat :

- ✓ La **question pré-ciblée**
  - Définition
  - Objectifs
  - Construction

### Découvrir les besoins sur la durée

- ✓ La **découverte orientée**
  - Définition
  - Objectifs
  - Construction
- ✓ Le questionnement ciblé
  - Questions alternatives
  - Questions de relance
  - Reformulations

### Proposer et susciter l'envie : la proposition avantageuse

#### Convaincre : l'argumentation ciblée

- ✓ Profils psychologiques d'achat : le **SONCAS**
- ✓ **Méthode CAP**

#### Dissiper les craintes : répondre aux objections

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

#### Concrétiser : la conclusion pro active

- ✓ Moments favorables : le repérage des feux verts
- ✓ Techniques de conclusion pro active
- ✓ **Technique de l'escalier**

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

- ✓ La question de confiance

#### La prise de congé

- ✓ La décompression
- ✓ Les erreurs à éviter

#### Le suivi de l'appel

- ✓ Les actions immédiates à réaliser suite à la vente par téléphone
- ✓ L'échéancier des relances et du suivi client

### ◆ Méthodologie :

- ✓ Construction de fiches pratiques
- ✓ Simulations et débriefing sur des cas concrets
- ✓ Echanges interactifs avec l'animateur
- ✓ Travaux en ateliers

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

#### ◆ **Objectifs :**

- ✓ Réaliser des ventes par téléphone auprès de clients
- ✓ 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 client validé
- ✓ Une documentation produit complète
- ✓ Un écran blanc de projection
- ✓ 1 paper-board
- ✓ Un téléphone avec double écoute (casque ou hauts parleurs) pour chaque participant

#### ◆ **Livrable**

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

#### ◆ **Durée :**

- ✓ 3 jours