



## FORMATION VENTE PAR TELEPHONE

### ◆ **Public visé :**

- ✓ Téléconseillers, téléprospecteurs, télévendeurs, conseillers clientèle, 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
- ✓ Développer des réflexes et des automatismes propres à la vente par téléphone
- ✓ Savoir développer ses parts de marché dans un contexte concurrentiel
- ✓ Maîtriser les techniques d'argumentation en télévente
- ✓ Savoir traiter efficacement les objections au téléphone
- ✓ Savoir défendre son prix et ses conditions
- ✓ Savoir se positionner face à un concurrent en place
- ✓ Augmenter son chiffre d'affaires

### ◆ **Prérequis :**

- ✓ Aucun
- ✓ La [formation réussir ses prises de rendez-vous](#) est une aide précieuse

### ◆ **Contenu :**

#### **1ère partie : La communication au téléphone**

- ✓ 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
- ✓ Les 11 règles d'or d'une communication réussie

## 2ème partie : La démarche logique de vente au téléphone

### **REMARQUES PRELIMINAIRES :**

- ✓ Selon vos objectifs, la démarche de vente sera tournée vers les appels entrants ou vers les appels sortants
- ✓ En cas de télévente à des prospects, la démarche de vente reste la même, sauf pour la préparation et la prise de contact qui font l'objet de techniques spécifiques développées en formation

### **LA PREPARATION ET LA PRISE DE CONTACT**

#### **APPELS SORTANTS**

##### **Préparer l'appel**

- ✓ Fichier client : préparation et ciblage
- ✓ Profils psychologiques des clients et historique des commandes
- ✓ Produits/services vendus : parts de marché et ventes à développer, repérage des ventes croisées possibles
- ✓ Construction des argumentaires

##### **Prendre contact**

- ✓ Faire dire la satisfaction
- ✓ Annoncer l'objectif de l'appel
- ✓ Découvrir les besoins pré-identifiés
  - La **découverte orientée** : définition, objectifs, construction
  - Les techniques associées : questions ouvertes/alternatives/de relance, la reformulation

##### **Proposer et susciter l'envie :**

- ✓ La proposition avantageuse
- ✓ **L'ancrage** dans l'environnement du client

#### **APPELS ENTRANTS**

##### **Réceptionner l'appel**

- ✓ Professionnaliser la réception de l'appel

##### **Répondre à la demande**

- ✓ Ecouter activement
- ✓ Reformuler
- ✓ Traiter la demande

##### **Créer un besoin immédiat :**

- ✓ Le rebond commercial et la **question pré-ciblée** : définition, objectifs, construction

### **LA PROPOSITION, L'ARGUMENTATION, LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS, LA CONCLUSION**

##### **Convaincre :**

- ✓ L'argumentation simple
  - Savoir identifier les profils psychologiques d'achat : le **SONCASE**
  - Argumenter de manière convaincante : **la méthode CAP**
- ✓ L'argument face au concurrent en place
  - L'argumentation comparative : **méthode Ai/iA**

##### **Dissiper les craintes : répondre aux objections**

- ✓ Les différents types d'objection
- ✓ Traitement des objections : **méthode ACRE**
- ✓ Le cas particulier de l'objection tarifaire :
  - L'annonce du prix : **méthode APA**
  - Techniques fondamentales de défense du prix

### Verrouiller la télévente : la conclusion pro active

- ✓ Moments favorables : le repérage des feux verts
- ✓ Techniques de conclusion pro active

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

- ✓ La question de confiance

## LA PRISE DE CONGE ET LE SUIVI

### La prise de congé

- ✓ La décompression
- ✓ Peaufiner l'image de l'entreprise
- ✓ 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

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

### ◆ Objectifs :

- ✓ Réaliser des ventes par téléphone en situation réelle
- ✓ 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

### ◆ Livrable

- ✓ Production d'un tableau de bord avec résultats (collectifs et individuels)

### Méthodes pédagogiques :

- ✓ Tests, exercices
- ✓ Construction d'un script de vente sur un produit/service commercialisé
- ✓ Fiches pratiques
- ✓ Simulations et débriefing sur des cas concrets
- ✓ Echanges interactifs avec l'animateur
- ✓ Travaux en ateliers

### Durées et modalités :

	Présentiel	Distanciel
<b>1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> partie</b>		
Formation collective	2 jours (14h)	8h
Formation individuelle (Pack formation coachée)	8h30	9h30
<b>3<sup>ème</sup> partie (option)</b>		
Formation collective	0,5 jour (3h30)	0,5 jour (4h)
Formation individuelle (Pack formation coachée)	par participant	par participant