

FORMATION EN VENTES A DISTANCE EN VISIOCONFERENCE



PUBLIC EXPERIMENTE

◆ Public visé :

- ✓ Téléconseillers, téléprospecteurs, télévendeurs, conseillers clientèle à distance, assistant(e)s ADV, vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires expérimentés

◆ Objectifs :

- ✓ Comprendre l'intérêt de la **vente en visioconférence**
- ✓ Maîtriser les étapes pour réussir
- ✓ Éviter les écueils pour pouvoir conclure
- ✓ Dérouler une vente avec fluidité
- ✓ Faire s'engager le client sur la signature de l'offre
- ✓ Acquérir les **bonnes pratiques de la vente en visioconférence**

◆ Prérequis :

- ✓ Aucun
- ✓ La maîtrise de la vente en face à face est recommandée

◆ Contenu :

Introduction : comment faire de la vente en visioconférence ?

- ✓ Différences entre vente par téléphone, en face à face et en visioconférence
 - Les avantages de la visioconférence
 - Les limites de la **vente en visioconférence** et les variantes au « tout visio »
- ✓ **Vendre en visio** ou présentiel : le séquençage de la démarche de vente
 - Les 3 phases clés de la vente
 - La 4ème phase possible

Etape 1 : la prise de rendez-vous commercial en visioconférence

La préparation pour la prise de rendez-vous

- ✓ Le fichier
- ✓ La préparation mentale

La préparation pour les visios à venir

- ✓ L'équipement informatique
- ✓ Le son et l'image
- ✓ Le choix du logiciel pour les visios à venir :
 - les différents logiciels du marché
 - Avantages et inconvénients
- ✓ Mentale : combattre l'ennemi du vendeur

Les étapes de l'appel

- ✓ Prendre contact
 - Se présenter
 - Identifier l'interlocuteur
- ✓ Créer l'événement
- ✓ Susciter l'intérêt : **l'alternative 3 branches**
- ✓ Détecter et traiter les objections
- ✓ Traiter les objections : **méthode ACRE**
- ✓ Evaluer le réel intérêt du prospect : la question d'évidence t
- ✓ Connaître le circuit de décision
 - Identifier les personnes à inclure aux étapes 2 et 3

Le verrouillage du rendez-vous

- ✓ Valider le RDV
 - L'alternative
- ✓ Engager le client à être présent lors du RDV
 - **Le teasing**
- ✓ Valider avec le client
 - Le choix du logiciel
 - Le mode opératoire
- ✓ Inscrire le rdv dans l'agenda du client
 - Le traitement à chaud : outils et techniques
- ✓ Limiter le taux de chute et s'assurer de la présence du client à la prochaine étape en visio
 - Le rappel à froid : outils et techniques

Etape 2 : le recueil des besoins

La préparation

- ✓ La vérification du matériel
- ✓ La préparation de l'environnement
- ✓ La prévention des intrusions
- ✓ Le test en interne

Expliquer les règles du jeu

- ✓ Le micro
- ✓ La vidéo
- ✓ L'utilisation de la fonction partage de document

La communication verbale et non verbale

- ✓ Verbale et non verbale
- ✓ Les erreurs les plus fréquentes/les parades

La présentation FLASH de notre société

- ✓ Comment être percutant en 3 mn chrono !

La prise de contact

- ✓ Le tour de table

La découverte

- ✓ Prospector par téléphone : découvrir les besoins pour faire parler
- ✓ Les techniques pour faire parler à distance
 - Les besoins produit
 - Les motivations d'achat du client : le **SONCASE**
 - Techniques de questionnement : la méthode du **Quintilien**

La reformulation

- ✓ Pourquoi est-elle indispensable ?
- ✓ Comment et quand la pratiquer ?

La proposition préliminaire

- ✓ Pourquoi la faire ?
- ✓ Dans quels cas est-elle possible ?

La prise de rdv pour la présentation de l'offre

L'envoi de l'offre par mail au client avant le rdv de présentation

- ✓ Dans quels cas
- ✓ Quand ?

Etape 3 : la proposition et le closing

La préparation

- ✓ Préparer une vente en visioconférence
- ✓ La construction de son offre commerciale à distance
 - La méthode **CLAIRE**
- ✓ Le choix des documents à montrer
 - La règle **PSM**
- ✓ Le choix de documents à laisser au client
- ✓ La construction des argumentaires de vente
- ✓ L'anticipation des objections et la préparation des réponses adaptées
- ✓ Les documents et les modes opératoires pour la conclusion

La proposition

- ✓ Comment tenir compte des remarques client tout en déroulant son offre

L'argumentation

- ✓ Méthode **CAP**

Le traitement des objections : dissiper les craintes

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

La conclusion en télévente

- ✓ Moments favorables : le repérage des feux verts
- ✓ Techniques de conclusion pro active
- ✓ L'envoi des documents

La conduite à tenir en cas d'échec

- ✓ La question de confiance
- ✓ La planification d'un nouveau rdv

L'organisation et la planification

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

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Construction d'un script de **vente en visioconférence** : travaux à partir de 1 ou 2 services/produits commercialisés
 - Découvertes et argumentaires
 - Evénements
 - Liste des objections les plus courantes et réponses possibles
- ✓ Mémo complet
- ✓ Simulations enregistrées avec débriefings et préconisations à chaud

Durées et modalités :

	Présentiel	Distanciel
Formation collective	3 jours (21h)	12h
Formation individuelle (Pack formation coachée)	12h30	13h30