

Appréhender la télévente

EFCO
Formation

Objectifs

Appréhender les fondamentaux de la **vente par téléphone**
Savoir **prospector** 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

Programme

- Durée :

Formation en centre :

1ère et 2ème parties (en salle) : 2 jours (14h)

3ème partie : mise en situations et appels réels

- Intitulés des modules

1ère partie : comment communiquer au téléphone ?

- . Le schéma de la communication
- . Les facteurs clés d'une communication réussie
 - Ecoute active, questionnement
 - 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

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

Se préparer

Préparation matérielle :

- Fichier client
- Argumentaire 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
- Vaincre les objections départ du prospect
- Contourner le barrage secrétaire

Découvrir

- Prospecter par téléphone : découvrir les besoins pour faire parler
 - Définition
 - Techniques de questionnement
 - Questions ouvertes
 - 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
- L'argumentation simple
 - Méthode CAB
- L'argumentation face au concurrent en place
 - L'argumentation comparative
- La découverte des motivations et les freins du client

Traiter les objections

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

Conclure en télévente

- Concrétiser : la conclusion pro active
 - Moments favorables : le repérage des feux verts
- Assurer l'engagement du client
 - La prise de congé

Organiser et planifier le suivi

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





3ème partie : ventes sur appels réels

Entretiens réels

Ecoutes individualisées avec débriefings et préconisations à chaud

Débriefings collectifs avec apports de solutions concrètes

Pré-requis

Aucun

Public visé

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

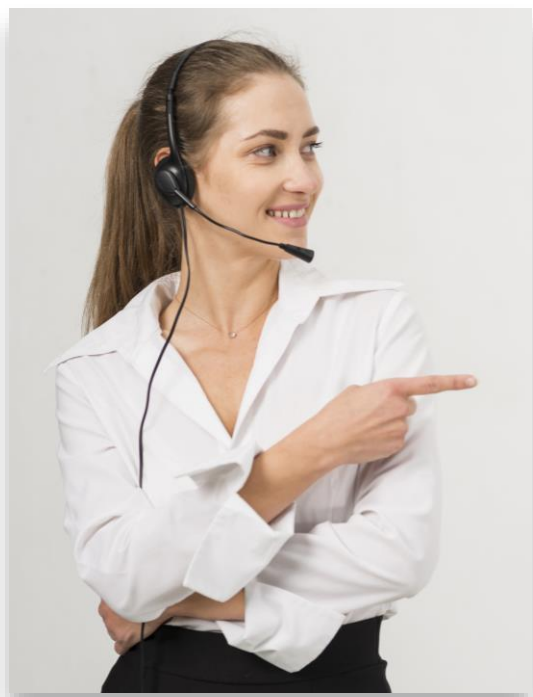
Toute personne amenée à vendre un produit ou un service par téléphone à un prospect

Modalités de suivi et d'évaluation

Accompagnement personnalisé

Évaluation régulière des acquis en cours de formation

Un certificat de réalisation sera délivré à la fin de la formation



Méthodologie

Tests, exercices

Construction d'un script de vente : travaux à partir de 2 ou 3 services/produits commercialisés

Découvertes et argumentaires

Événements

Liste des objections les plus courantes et leurs réponses possibles

Simulations enregistrées et filmées avec débriefings et préconisations à chaud