

Vente par téléphone

Objectifs

- Maîtriser toutes les étapes d'un entretien de vente par téléphone
- Appréhender les techniques de vente et la communication à adopter pour séduire votre interlocuteur
- Construire des argumentaires efficaces
- Appréhender les techniques fondamentales de traitement des objections

Public concerné

Vendeur, technico-commercial, commercial sédentaire, assistante commerciale, téléconseiller et tout collaborateur pouvant être en contact avec des clients ou prospects

Durée

1 jour (7 heures)

Effectifs

8 participants maximum

Moyens pédagogiques

- Tableau blanc / paperboard
- Vidéoprojecteur
- Support de cours
- Jeux de rôle et simulations

Prérequis

Aucun

Animateurs

Formateur expérimenté

Accès aux locaux

Locaux conforme à l'accueil des personnes à mobilité réduite

Méthodes pédagogiques

- Magistrales
- Interrogatives
- Démonstratives
- Actives
- Expérientielles

Evaluations et suivi de formation

- Evaluation préalable et évaluation à chaud
- Questionnaire de satisfaction
- Remise d'une attestation de formation

Maîtriser les spécificités de la communication par téléphone

- Comprendre les ressorts de la communication au téléphone
- Adapter son expression verbale (voix, ton, débit)
- Choisir les mots adaptés à la communication par téléphone
- Pratiquer l'écoute active dans un environnement bruyant
- Gérer les silences au téléphone

Maîtriser le plan d'un entretien de vente par téléphone

- Structurer les étapes d'un entretien de vente par téléphone : le plan d'appel
 - Savoir franchir les barrages et travailler sa prise de contact
 - La notion d'encrage, comment capter l'attention du prospect ?
 - Dérouler avec efficacité son plan d'appel en capitalisant sur les étapes nécessaires
- Le timing d'un entretien par téléphone ou comment calibrer ses entretiens

De la fiche technique à l'argumentaire : argumenter avec méthode

- Optimiser son questionnement pour mieux vendre
 - Collecter des informations constructives
 - Découvrir les attentes, les objectifs, les motivations de son interlocuteur
 - Définitions et objectifs des principales questions utilisées
- Quels arguments pour quels besoins ? Retour sur le bénéficiaire client
- Choisir, classer et présenter ses arguments en fonction de la motivation client
- Identifier les signaux d'achat et les freins à la vente
- Présenter son prix avantageusement

Comment travailler et développer une réfutation des objections efficace ?

- Qu'est-ce qu'une objection ? Le processus psychologique d'une objection
- La dissonance cognitive - De la question à l'objection : les différentes objections
- Sélectionner une méthode simple de réfutation des objections : anticipation, division, addition, comparaison, différentiel
- Les réponses aux objections courantes

Négocier et préserver ses marges

- Distinguer territoire de la vente et territoire de la négociation
- Préparer sa négociation commerciale : objectifs, planchers, niveaux d'exigence
- Savoir présenter son offre initiale quoi qu'il arrive
- Argumenter son offre initiale en développant les arguments appropriés
- Distinguer demandes de concessions et objections.
- Demander et obtenir une contrepartie à toute concession
- Verrouiller la négociation

La conclusion d'un entretien commercial : travailler son closing commercial par téléphone

- Savoir quand et comment conclure, reformuler l'engagement du client
- Verrouillage et engagement partiel : comment assurer un suivi ?
- Prendre congé avec professionnalisme
 - Construire sa prise de congé et laisser une bonne dernière impression même en cas de refus
 - Principe du rendez-vous téléphonique de relance