

Vendre et négocier au téléphone

Appeler un décideur qui n'attend pas votre appel, qui ne connaît pas votre entreprise et à qui vous devez, pourtant, vendre un produit ou un service, est une tâche difficile qui demande méthode et force de persuasion. Dans un environnement très concurrentiel, où les décideurs sont de plus en plus sollicités, décrocher une vente par téléphone exige de maîtriser des savoirs fondamentaux pour être plus efficace.



Durée

2 JOURS (14 h) fractionnés en deux sessions
Visio et/ou présentiel



Public visé

Commercial, assistant commercial, technico-commercial, téléconseiller, toute personne en charge de la vente par téléphone.



Modalités d'accès & accessibilité

Délai d'accès : inscription minimum 48 h avant la date de formation inter-entreprise

Accessibles à tous, y compris aux personnes en situation de handicap (voir page 11)



Niveau requis

Aucun



Méthode pédagogique

- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels
- Apport théorique, exercices guidés et ateliers permettant d'intégrer un contenu riche
- Mises en situations individuelles sur le cas réel des participant
- L'apprentissage s'effectue dans un cadre ludique (Salle en lumière du jour spacieuse dans un espace propice à des



Objectifs

- Appliquer les techniques de vente et de négociation au téléphone
- Résister aux demandes de négociation
- Savoir organiser sa relance téléphonique
- Comprendre les enjeux de la relation client
- Construire les outils : argumentaire, trame de découverte, plan de réponses aux objections...



Programme

Les fondamentaux de la communication au téléphone

- Les principes de la communication professionnelle au téléphone
- Travail sur la voix : Comprendre et s'approprier son fonctionnement, ses possibilités, maîtriser son débit de parole
- Apprendre le langage normalisé au téléphone
- Des formules pour les premières minutes de l'échange
- Comprendre le rôle moteur de l'attitude positive au téléphone
- Privilégier l'écoute active
- Optimiser sa communication au téléphone

La préparation

- Se fixer des objectifs
- Adopter une stratégie

La prise de contact

- Franchir les différents barrages
- Faire bonne impression dans les premières secondes
- Se présenter
- Faire parler le client

La découverte du client

- En termes de motivations, besoins, désirs, budget disponible
- Le plan de découverte au travers du questionnement et de la reformulation

La mise en pratique

- Élaboration du guide de découverte
- Jeux de rôles et mise en situation sur la phase découverte du client

Mener l'argumentation

- Les argumentaires de vente, l'adaptation de l'argumentaire au client
- L'offre personnelle, argumentée, rassurante et conseillée
- Connaître, évaluer et traiter les objections du client
- Gérer les clients difficiles



formations réussies - WiFi -
Ecran HD tactile -
Présentations PowerPoint)
les participants fournissent un
investissement personnel
important (participation, sortie
de zone de confort) avec
plaisir

- Cas pratiques et jeux de rôle
repreant des situations
réelles du milieu
professionnel
- Nombreux échanges avec le
participant et apports du
formateur

Session de 1 à 8 participants

- Vendre son « offre en termes de prix service compris »

La mise en pratique

- Élaboration du guide d'argumentation
- Jeux de rôles et mise en situation sur la phase d'argumentation et de démonstration

Le plan de réponses aux objections

- Dédramatiser
- Identifier et traiter les objections
- Savoir répondre aux objections

La mise en pratique

- Élaboration du plan de réponses aux objections
- Jeux de rôles et mise en situation sur la phase d'objections

Finaliser la vente

- Les signaux d'achats et techniques d'incitation à l'acte d'achat
- Les techniques de conclusion, de prise de commande
- Les ventes additionnelles
- Traiter les demandes de remises, rabais, escomptes
- Rassurer, conforter et sécuriser le client sur son acte d'achat
- Prendre congé

Négocier et préserver ses marges

- Préparer sa négociation
- Savoir défendre son offre initiale
- Demander une contrepartie à toute concession (gagnant/gagnant)

Le bilan de la vente

La relance

- La persévérance comme outil infailible de développement
- Le plan de relance
- Gérer ses fichiers
- Le compte-rendu

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Rédaction de l'ensemble des outils nécessaires à la vente par téléphone : plan de présentation, guide découverte, argumentaire et plan de réponses aux objections.
- Exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables et de prendre conscience des automatismes qui freinent la réussite de la vente au téléphone
- Nos formateurs sont des spécialistes reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence et attestation loi ALUR
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

