

# NEGOCIATION TELEPHONIQUE / TELEVENTE

*Pour optimiser ses ventes par téléphone*



## DUREE

2 jours – 14 heures

## OBJECTIFS

- Maîtriser les techniques de commercialisation par téléphone
- Développer le chiffre d'affaires des télévendeurs en perfectionnant leurs techniques commerciales
- Élaborer le guide d'entretien et identifier les points d'aide à la vente pour optimiser le closing commercial
- Construire un argumentaire produit efficace et préparer les réponses aux objections
- Assurer un traitement de l'appel efficace et professionnel à travers une communication adaptée au téléphone

## POUR QUI

- Vendeur, commercial sédentaire, téléconseiller, chargé de clientèle, Assistant de l'Administration Des Ventes.

## PREREQUIS

Avoir des notions commerciales

## PEDAGOGIE

Pédagogie active et participative.  
Alternance d'apports théoriques et de mises en situation.  
Des exercices pratiques permettent de faire la synthèse des thèmes traités.

## MOYENS D'ENCADREMENT

Formation assurée par une consultante, Formatrice Professionnelle pour Adultes, justifiant d'une expertise significative dans son domaine d'intervention doublée d'une solide expérience en face-à-face pédagogique.

## EVALUATION

Evaluation formative : QCM – Questions/réponses  
Feuille d'évaluation afin de mesurer la satisfaction vis-à-vis du contenu de la formation, de son déroulement, de la prestation du formateur.

## VALIDATION

Attestation de formation

## PROGRAMME

### I. LES SPECIFICITES DE LA COMMUNICATION PAR TELEPHONE : DEVELOPPER UNE IMAGE PROFESSIONNELLE ET RASSURANTE

- **Comprendre le fonctionnement et les aspects psychologiques de la rencontre virtuelle entre un vendeur et un client / prospect**
- **Retour sur les principes de communication au téléphone : maîtriser les fondamentaux**
  - La communication non verbale : L'adaptation du ton et du rythme verbal, la posture, le sourire et la notion d'empathie / sympathie
  - La communication verbale : Le vocabulaire approprié au téléphone et le vocabulaire positif
  - L'écoute passive et active, un pas vers un échange productif

### II. DEVELOPPER, ADAPTER SON PLAN OU GUIDE D'APPEL A SES ENTRETIENS PAR TELEPHONE

- Structurer les étapes d'un appel sortant dans le cadre d'une télévente
- Développer un plan d'appel efficace et méthodique adapté à votre offre de service ou produit
- Tester son plan d'appel et le faire évoluer en fonction des situations rencontrées

### III. MAITRISER LES TECHNIQUES PROPRES A LA TELEVENTE : LES PREMIERS PAS

- **Savoir franchir les barrages avec méthode et efficacité**
  - Passer les standards et les secrétariats en travaillant sa technique et sa posture
  - Quelques échappatoires pour mieux éviter les barrages
- **Obtenir l'attention du décideur**
  - La phrase d'accroche et la personnalisation du contact, focus sur la notion d'ancrage psychologique
  - Les 20 premières seconde : Se présenter, développer un climat de confiance, engager l'entretien

- **Retour sur la notion de timing dans un entretien en télévente**

### IV. LES 3 ETAPES CLES DE LA VENTE PAR TELEPHONE

- **Travailler son argumentation, anticiper vos appels, retour sur le CAB et le SONCAS**
  - L'argumentation convaincante (choisir ses arguments)
  - Préparer son offre de produit ou service de façon claire
  - Repérer les signaux d'achat ou les freins à l'achat
  - Présenter son prix positivement
- **La réfutation des objections**
  - Comprendre les raisons de l'objection et l'arrivée des objections dans la négociation
  - Mesurer le bien-fondé de l'objection (vraie ou fausse objection)
  - Déterminer le poids des objections
  - Établir la liste des objections classiques, formaliser des exemples de réponse (qualité, délais, SAV, etc.)
  - L'objection prix : les différentes techniques de réfutation



**Construction d'outils : élaborer une fiche standard d'entretien téléphonique et de réponses aux objections**

- **La conclusion d'un appel : de la conclusion au closing commercial**
  - Retour sur la notion d'acte d'achat ou de frein à l'achat
  - Savoir quand et comment conclure
  - Reformuler la confirmation de l'engagement du client ou assurer un suivi client



Ostremer Formation



0692 66 46 45



contact@ostremerformation.com



ostremerformation.com