

Techniques de vente en B to B - Perfectionnement

Durée: 2 jours

Objectifs: Maîtriser les outils et les techniques de vente pour optimiser les ventes des téléconseillers et télévendeurs. Élaborer son argumentaire produit. Prendre en compte les objections et savoir les traiter. Faire du téléphone un instrument performant au service de l'action commerciale.

Profils: Commerciaux, télévendeurs, téléconseillers qui gèrent par téléphone le développement du portefeuille client. Toute personne chargée de vendre ou promouvoir des produits/services par téléphone.

Méthodes: Alternance entre apport théorique et mises en pratique intensives liées aux situations rencontrées au quotidien par les participants. Jeux pédagogiques, auto diagnostic, quizz, jeux de rôle enregistrés. Construction d'outils transposés au contexte professionnel.

Prérequis: Avoir les bases en vente, commercial ou avoir suivi notre programme techniques de vente initiation.

Évaluation: L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Rappel des principes de la communication par téléphone

- Adapter le ton, la voix, le rythme verbal
- Choisir le vocabulaire approprié
- Développer une proximité positive avec les clients et prospects
- Savoir écouter activement
- Poser les bonnes questions, analyser la situation
- Savoir faire patienter le client

Développer un argumentaire convaincant

- Structurer les étapes, les règles d'or d'un bon argumentaire
- S'appuyer sur les besoins identifiés
- Présenter son offre de façon claire
- Choisir ses arguments
- Déterminer son objectif et adapter son message
- Présenter la solution ou proposition
- Savoir mettre en avant les points de son offre
- Ne pas en nier les points faibles et les utiliser
- Forces et faiblesses : concurrence, rapport qualité / prix

Conclure efficacement

- Savoir quand conclure
- Détecter les signaux d'achat lors de l'échange
- Obtenir la validation du client
- Reformuler la confirmation et l'engagement du client

Identifier le décideur et franchir les barrages

- Les barrages pour atteindre le décideur
- Le passage du standard / de la secrétaire, quelques astuces
- Capter l'attention de la personne décisionnaire en utilisant une phrase d'accroche
- Personnaliser le contact
- Donner envie d'en savoir plus
- Distancer les concurrents en faisant la différence

Savoir traiter les objections

- Surmonter les réticences du client
- Comprendre le pourquoi de l'objection
- Savoir identifier fausse et véritable objection
- Préparer ses réponses aux objections les plus fréquentes
- Savoir défendre son prix
- Accompagner le client dans sa décision