

# VENDRE ET NÉGOCIER PAR TÉLÉPHONE



## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES.

Développer son écoute active auprès des clients.  
Acquérir les réflexes pour accrocher, convaincre et conclure au téléphone.  
Construire et s'approprier ses propres outils de vente au téléphone : Bonnes questions, Argumentaires, Réponses aux objections, Plans de négociation.

## 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.

## VENDRE PAR TÉLÉPHONE.

Réussir les premiers instants en appel entrant/sortant.  
Poser les questions appropriées pour recueillir les informations clés.  
Déterminer les attentes et les motivations du client en respectant les contraintes de temps du client.  
Utiliser une stratégie de questionnement pour faire émerger le besoin : PSAI.  
Renforcer l'envie de changer.  
Développer une argumentation commerciale persuasive.  
Traiter les objections avec souplesse avec la méthode CRAC.  
Présenter son prix avantageusement.  
Conclure au téléphone.  
Prendre congé et laisser une bonne dernière impression même en cas de refus.

## 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.  
Utiliser les techniques de préfermeture pour verrouiller la négociation.

## PUBLIC :

Vendeur, technico-commercial, commercial sédentaire, assistante commerciale, téléconseiller et tout collaborateur pouvant être conseiller ou répondre aux besoins de la clientèle.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Simulations enregistrées (ou appels réels) analysés avec le formateur pour progresser sur les appels suivants.  
Guide d'entretien opérationnel : chacun bâtit son argumentaire de vente, son guide de réponses aux objections et ses plans de négociation commerciale.  
La séance "d'entraînement" qui vous apprend à vraiment questionner vos clients.