

14. REFERENTIEL METIER

« Télévendeur »

Branche professionnelle des commerces de gros

Secteur Alimentaire

1. Maîtriser la conduite d'un entretien téléphonique
2. Prospecter de nouveaux clients par téléphone
3. Réaliser une vente au téléphone
4. Développer durablement la relation commerciale
5. Optimiser l'organisation de son travail

Version du 27/10/04

CARACTERISTIQUES DES ENTREPRISES DONT SONT ISSUS LES TITULAIRES DU GROUPE DE TRAVAIL

« Télévendeur »
Secteur Alimentaire

Missions principales du métier	Prospecter de nouveaux clients, assurer la prise de commandes, effectuer des ventes additionnelles, assurer le suivi des réclamations, effectuer les relances auprès des clients et les fidéliser				
Lieu d'exercice du métier	<i>Salle expo</i>	<i>Entrepôt</i>	<i>Entreprise</i>	<i>Itinérant</i>	<i>Chantier</i>
	-	-	X	-	-
Matériel utilisé (véhicule notamment)	informatique, fax, téléphone				

REFERENTIEL METIER

« Télévendeur » Secteur Alimentaire

DOMAINE D'ACTIVITE : MAITRISER LA CONDUITE D'UN ENTRETIEN TELEPHONIQUE	
Savoirs	Savoir-faire
<ul style="list-style-type: none"> - les caractéristiques de l'entreprise - la politique commerciale de l'entreprise - la charte - les règles et procédures de fonctionnement dans l'entreprise - les fonctions de chaque interlocuteur dans l'entreprise - les modalités d'utilisation des outils informatique / téléphonique - les logiciels d'application - les argumentaires à utiliser à la suite d'objections, de refus ... - la documentation sur l'entreprise, les produits, les services 	<ul style="list-style-type: none"> - Accueillir un interlocuteur au téléphone selon les règles définies - Adopter une attitude souriante au téléphone qui soit perceptible par l'interlocuteur - Articuler correctement lors des échanges avec le client / prospect - Garder un rythme tonique dynamique lors de l'échange téléphonique avec le client / prospect - Contrôler son débit et l'intonation de sa voix - Rester concis dans son argumentation et dans ses échanges - Parler au présent de l'indicatif - Utiliser des phrases positives - Utiliser un discours "directif" sans brusquer le client / prospect - Développer la capacité d'écoute active du client / prospect - Questionner le client / prospect pour identifier son besoin - Reformuler le besoin du client / prospect pour valider sa compréhension - Rester courtois tout au long de l'échange - Gérer son stress, garder son calme, prendre du recul - Gérer efficacement les situations conflictuelles - Veiller à maintenir une qualité régulière d'échange tout au long de la journée - Adapter son langage et son argumentaire suivant le type de client et le type de demande

	<ul style="list-style-type: none"> - Interpréter des "signaux faibles" dans une conversation téléphonique afin d'anticiper la poursuite de l'entretien - Identifier la pertinence d'utiliser des questions ouvertes ou fermées selon les circonstances - Identifier par une écoute sélective lors d'un échange téléphonique, les informations essentielles communiquées par le client - Evaluer le temps à investir lors d'un échange en fonction de l'enjeu, du client, ... - Montrer son intérêt pour le client - Identifier la disponibilité du client - Négocier un rendez-vous téléphonique - Laisser un message téléphonique efficace, concis et aimable lors de l'absence du client - Conclure un entretien téléphonique en gardant un contact client convivial et en expliquant les suites qui seront données - Identifier le bon argumentaire à utiliser selon l'objet du client - Prendre congé d'un client ou prospect au téléphone
<p>Résultats : Des marchandises contrôlées qualitativement et quantitativement Des réserves émises à bon escient selon les modalités en vigueur Des marchandises déchargées avec soin</p>	

REFERENTIEL METIER

« Télévendeur » Secteur Alimentaire

DOMAINE D'ACTIVITE : PROSPECTER DE NOUVEAUX CLIENTS PAR TELEPHONE	
Savoirs	Savoir-faire
<ul style="list-style-type: none">- les promotions- les références de la gamme de produits- les animations spéciales du moment- la grille de tarification- les conditions générales de vente- les évolutions et changements concernant les produits proposés- les évolutions dans l'utilisation des produits- les droits des clients (entreprise en autres) en matière de communication et d'utilisation des informations les concernant	<ul style="list-style-type: none">- Rechercher les coordonnées des personnes à appeler- Sélectionner les appels qui seront réalisés selon les consignes de l'entreprise- Accueillir un interlocuteur prospect de manière conviviale- Se présenter lors d'un premier contact prospect selon la charte de l'entreprise- Présenter son entreprise, ses produits et services selon la charte de l'entreprise- Argumenter pour expliquer l'objectif de l'appel- Questionner le prospect pour identifier s'il est disponible et souhaite poursuivre l'entretien- Identifier si l'interlocuteur est la bonne personne visée dans le processus de décision- Négocier un créneau pour un rendez-vous téléphonique- Questionner le prospect sur ses habitudes de consommation- Qualifier le prospect (type de consommation, habitudes de consommation ...)- Rechercher des informations sur la satisfaction du prospect envers d'autres fournisseurs- Analyser les réponses et réactions du prospect- Interpréter des "signaux faibles" dans une conversation téléphonique afin d'anticiper la poursuite de l'entretien- Evaluer le potentiel d'achat du prospect- Identifier la catégorie type à laquelle appartient le prospect- Adapter son discours et argumentaire selon la catégorie du prospect- Répondre à des objections : pas de besoin, autre fournisseur, non adéquation qualité/produit/prix, non disponibilité, ...

	<ul style="list-style-type: none"> - Négocier un rendez-vous avec un commercial - Proposer une offre produit / service en fonction du prospect et des informations recueillies - Proposer l'envoi de documentation sur l'entreprise, les produits, les services, ... - Proposer à son interlocuteur de répondre à une enquête pour qualifier un fichier - Relancer téléphoniquement une personne ayant reçu ou répondu à un mailing - Transmettre au cours de l'entretien téléphonique une image positive de l'entreprise - Rassurer le prospect sur le sérieux, les garanties, ... de l'entreprise - Exposer lors de l'entretien téléphonique les avantages de l'entreprise - Informer le prospect de son libre arbitre dans le processus de décision par la suite - Convaincre un prospect de devenir client de l'entreprise - Obtenir en accord avec le prospect ses coordonnées et l'informer de ses droits d'accès aux informations le concernant - Renseigner les coordonnées du prospect dans le fichier (nom, adresse, heure de livraison, mode de paiement, info spécifiques, ...) - Renseigner les informations, décisions prises ou refus lors de l'échange téléphonique sur la fiche prospect - Conclure un entretien téléphonique de prospection en préservant un éventuel lien commercial dans l'avenir
<p>Résultats : Un prospect satisfait de la relation téléphonique commerciale initiée et décidant de devenir client Des appels téléphoniques prospect efficaces et respectant les règles commerciales de l'entreprise Une qualification de prospects dans le fichier de l'entreprise identifiant leur potentiel d'achat</p>	

REFERENTIEL METIER

« Télévendeur » Secteur Alimentaire

DOMAINE D'ACTIVITE : REALISER UNE VENTE AU TELEPHONE	
Savoirs	Savoir-faire
<ul style="list-style-type: none"> - les produits et services de l'entreprise - les argumentaires produits / services - les modalités de gestion du fichier clients - les modalités pour passer et valider des commandes - les modalités de livraison de l'entreprise - les modalités de facturation de l'entreprise - les différentes catégories de client - les promotions - les démarches commerciales pour fidéliser la clientèle - les stocks disponibles - les références de la gamme de produits - les animations spéciales du moment - la grille de tarification - les conditions générales de vente : commande mini, % remise selon client, produits fidélité, ... - les objectifs à réaliser (collectifs et/ou individuels) 	<ul style="list-style-type: none"> - Lancer un tri informatique pour connaître les clients à appeler sur la journée, la tournée ou concevoir une liste d'appel - Identifier en fonction des clients à contacter l'heure d'appel préconisée selon les informations présentes dans le fichier - Intégrer les informations concernant la fréquence des achats, le volume des achats, ... - Choisir l'argumentaire et les offres complémentaires à développer en fonction de l'analyse de la fiche client - Effectuer l'appel dans la tranche horaire prévue - Valider que l'interlocuteur est le bon décideur - Proposer une offre rapide adaptée à ses besoins si le client n'a pas beaucoup de temps de disponible - Identifier l'état d'esprit du client au moment de l'appel et sa capacité à passer une commande - Questionner le client pour savoir s'il a préparé sa commande - Vérifier la conformité et la disponibilité de la commande - Enregistrer une commande à l'énoncé du client - Traduire la commande du client en unités commercialisables - Accompagner le client dans le choix des produits selon ses souhaits tout en préservant les orientations de la politique commerciale de l'entreprise

<ul style="list-style-type: none"> - les résultats obtenus (collectifs et/ou individuels) - le planning des appels - les évolutions et changements concernant les produits proposés - les évolutions dans l'utilisation des produits 	<ul style="list-style-type: none"> - Développer un argumentaire pertinent pour susciter l'intérêt du client envers les produits de la gamme - Identifier l'opportunité de proposer au client des produits nouveaux - Rappeler si besoin les produits habituellement commandés par le client - Respecter la politique commerciale de l'entreprise dans la démarche commerciale avec le client - Informer le client de la non disponibilité d'un produit - Proposer un produit de substitution si le produit souhaité n'est pas disponible - Proposer un délai d'attente pour la livraison de la commande selon l'urgence du besoin du client - Argumenter pour orienter le choix du client sur une "promotion" ou "animation" ou "opportunité" - Réaliser un bilan de la commande passée en intégrant les modalités commerciales dont bénéficie le client - Informer le client du montant de la commande et des conditions de règlement - Valider l'acceptation de la commande - Valider les modalités de livraison - Proposer une modification de l'heure de livraison de la commande dans les limites d'acceptation du client - Personnaliser la relation avec le client en lui proposant un complément de commande adapté à ses habitudes - Intégrer le potentiel d'achat du client - Réaliser une vente additionnelle en développant une argumentation pertinente adaptée aux caractéristiques du client
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier et enregistrer des informations propres à un client qui pourront être utilisées par la suite - Renforcer la confiance du client en personnalisant l'entretien téléphonique en lien avec des évènements éventuels le concernant - Identifier les signaux d'alerte au téléphone aux fins d'évaluer le degré d'acceptabilité du client et éviter tout excès - Permettre au client la visualisation des produits par une argumentation imagée en phase avec son niveau de compréhension - Valoriser l'acte d'achat du client (le féliciter, le rassurer, ...) - Modifier une commande à la demande du client dans les limites d'acceptabilité de l'entreprise - Expliquer les conditions de validation d'une commande au client - Négocier un prochain RV téléphonique avec le client éventuellement - Rappeler la date du prochain RV téléphonique si les règles d'appel ont été déjà arrêtées - Expliquer au client les éléments ou avantages qui seront possibles éventuellement à la prochaine commande - Veiller à conserver une relation commerciale conviviale face à un refus de commande immédiate
<p>Résultats : un CA réalisé selon les objectifs de l'entreprise un client satisfait de la commande passée et des services offerts un respect de la politique commerciale de l'entreprise</p>	

REFERENTIEL METIER

« Télévendeur » Secteur Alimentaire

DOMAINE D'ACTIVITE : DEVELOPPER DURABLEMENT LA RELATION COMMERCIALE	
Savoirs	Savoir-faire
<ul style="list-style-type: none"> - la politique commerciale de l'entreprise - la charte - les règles et procédures de fonctionnement dans l'entreprise - les fonctions de chaque interlocuteur dans l'entreprise - les modalités de gestion du fichier clients - les modalités pour passer et valider des commandes - les modalités de livraison de l'entreprise - les modalités de facturation de l'entreprise - les modalités de gestion des litiges et réclamations - les études sur les habitudes de consommation des clients - les études réalisées sur le marché - les démarches commerciales pour fidéliser la clientèle - les stocks disponibles - les modalités de réalisation d'une enquête de satisfaction - les informations sur la vie de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les besoins d'un client dans un processus hors commande - Adopter un questionnement pertinent afin de mieux cerner les besoins d'un client - Reformuler auprès d'un client la compréhension de ses besoins - Identifier auprès d'un client une demande de conseil ou d'information - Apporter le conseil ou l'information selon les consignes de l'entreprise - Proposer l'envoi de documentation adaptée à la demande du client - Expliquer au client le détail du fonctionnement ou des règles commerciales de l'entreprise - Transmettre à une personne compétente la demande d'un client pour apporter une réponse - Identifier les raisons d'un mécontentement, d'une réclamation, d'un litige client et les qualifier - Analyser les solutions possibles pour traiter la réclamation ou le litige - Proposer au client un traitement de la réclamation ou du litige - Transmettre à une personne compétente la résolution de la réclamation ou du litige - Informer le client du suivi du traitement de sa réclamation ou de son litige - Utiliser après analyse des informations propres au client présentes dans la fiche pour adapter sa réponse - Tenir compte des engagements pris par l'entreprise à l'égard du client - Evaluer le degré d'urgence pour gérer une demande ou une réclamation client - Informer le client de la nécessité de faire une recherche d'information et lui indiquer qu'il sera rappelé

	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer au client de patienter pour effectuer une recherche - Favoriser la recherche d'information en collaboration avec le client - Informer le client des évènements qui concernent la vie de l'entreprise - S'excuser quand il y a malentendu ou erreur de l'entreprise - Proposer une contrepartie dans la gestion d'un litige selon les règles de l'entreprise - Réaliser une enquête de satisfaction auprès du client en lui expliquant l'objectif - Identifier le degré de satisfaction d'un client par téléphone - Tenir compte des études, statistiques réalisées ou publications sur le secteur pour enrichir son argumentation - Assurer une veille sur son secteur d'activité
<p>Résultats : Un client satisfait de sa relation commerciale avec l'entreprise Un traitement du litige ou de la réclamation satisfaisant le client et respectant les règles de l'entreprise Une image positive de l'entreprise Un client fidélisé et des retombées commerciales pour l'entreprise</p>	

REFERENTIEL METIER

« Télévendeur » Secteur Alimentaire

DOMAINE D'ACTIVITE : OPTIMISER L'ORGANISATION DE SON TRAVAIL	
Savoirs	Savoir-faire
<ul style="list-style-type: none"> - les règles et procédures de fonctionnement dans l'entreprise - les fonctions de chaque interlocuteur dans l'entreprise - les modalités d'utilisation des outils informatique / téléphonique - les logiciels d'application - les modalités de gestion du fichier clients - la documentation sur l'entreprise, les produits, les services - les objectifs à réaliser (collectifs et/ou individuels) - les résultats obtenus (collectifs et/ou individuels) - les modalités d'ajustement de son poste de travail en terme d'ergonomie dans le respect des normes et règles en vigueur - Les gestes et postures liés au poste de travail 	<ul style="list-style-type: none"> - Utiliser toutes les fonctions nécessaires de l'outil informatique / téléphone - Arrêter l'outil informatique / téléphone selon les procédures de l'entreprise - Aménager efficacement son poste de travail en rendant disponibles toutes les informations (papier ou numériques) nécessaires lors des appels - Veiller au bon fonctionnement de tous les équipements - Identifier les signes ou symptômes de dysfonctionnement du matériel - Intervenir ou faire intervenir une personne compétente suite à l'identification d'un dysfonctionnement de matériel - Synchroniser lors d'un appel, la saisie de données sur le fichier et la réalisation d'un entretien efficace avec le client - Optimiser le temps consacré au client lors d'appel téléphonique (gestion du temps) - Gérer l'ouverture de plusieurs fenêtres sur l'ordinateur tout en réalisant un entretien téléphonique avec un client - Transmettre un appel vers la personne demandée par le client (transfert d'appel) - Suivre ou organiser son planning d'appel sur la journée, la tournée, l'équipe, ,, en fonction des caractéristiques de la clientèle - Suivre ou programmer les appels suite à une absence, un RV reporté, un refus de commande, ... - Organiser la prise de RV pour les commerciaux sur la journée en continu et en optimisant les périodes creuses

	<ul style="list-style-type: none"> - Gérer efficacement son temps de travail sur la journée pour réaliser son objectif - Adapter la cadence des appels en fonction du type de client et des objectifs à atteindre - Optimiser l'organisation de son travail en alternant des activités téléphoniques et connexes dans le respect des priorités - Ouvrir une fiche client, un compte client - Actualiser et qualifier une fiche client - Mettre à jour le fichier des clients non adaptés à la cible, perdus, non acquis, ... selon les règles de l'entreprise - Participer aux réunions hebdomadaires, quotidiennes, ... d'information sur les résultats obtenus et les actions mises en œuvre - Mettre en place des actions correctives pour atteindre les objectifs visés - Proposer des améliorations dans les démarches commerciales de l'entreprise en respectant sa stratégie - Organiser son poste de travail en effectuant les réglages et autres ajustements nécessaires des équipements et matériels - Appliquer les gestes et postures liés au poste de travail
<p>Résultats : Un objectif commercial atteint dans des conditions optimales d'utilisation et d'organisation de son poste de travail Un respect des règles de l'entreprise</p>	