

**Filière : Commerce et Distribution**

# *La télévente*

**Réalisé par :**

- Asmaa ADOUAB
- Fatima Ezahra SEBBAH
- Rahma EL MASLOHI
- Yassine AMINE

*Année Universitaire : 2010/2011*

# Plan

## Introduction

### **Partie1 : La télévente : un nouveau mode de télémarketing**

1. Définition
2. Caractéristiques de la télévente
3. L'action commerciale dans la télévente

### **Partie2 : Les acteurs de la télévente**

4. Le télévendeur
5. Les centres d'appels
6. Le téléacheteur

### **Partie3 : Les avantages et les inconvénients de la télévente**

7. Les avantages
8. Les inconvénients

## Conclusion



# *Introduction*



Partie I:  
la télévente un nouveau mode  
de télémarketing



## 1. Définition

- ❑ La télévente est une vente à distance utilisant les techniques de télécommunication ou de radiodiffusion.
- ❑ Pour les nouvelles forces de vente sédentaires, il s'agit d'un véritable métier.
- ❑ Pour toutes les personnes de l'entreprise qui ont à prolonger l'action commerciale, la vente par téléphone a ses spécificités et ses méthodes qu'il faut maîtriser.



## Caractéristiques

- ❑ Une communication personnalisée :
- ❑ avoir une connaissance des produits proposés
- ❑ posséder un tempérament commercial et des techniques de vente plus confirmées que la télé prospection



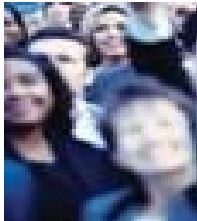
## 4. L'action commerciale



## 4. L'action commerciale

### Avant la vente

- ✓ **Connaitre son prospect**
- ✓ **Connaitre son Pds**
- ✓ **Anticiper les objections**
- ✓ **Disposer d'une fiche de contact**





## **Fiche contact :**

Pouvez-vous me dire combien de personnes travaillent dans votre entreprise ? Savez-vous combien de personnes visitent votre entreprise chaque jour ?

Est-ce que votre entreprise met du café à leur disposition ?

Si NON : raison + terminez l'appel

Le café est-il gratuit ou payant ?

Qui est responsable de l'achat du café ?

NOTEZ les coordonnées du responsable de l'achat du café

Nom :

Prénom :

Fonction :

Sexe :

Faites-vous actuellement appel aux services d'une entreprise de restauration collective ?

Si OUI : Laquelle ?

Utilisez-vous déjà des distributeurs automatiques de café ?

Si OUI : marque et système ?

Si NON : raison ?

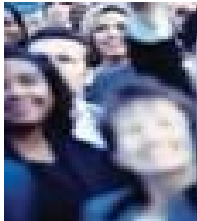
Merci beaucoup pour votre collaboration, Monsieur / Madame... et passez une bonne journée.



## 4. L'action commerciale

### Avant la vente

- ✓ **Connaitre son prospect**
- ✓ **Connaitre son Pds**
- ✓ **Anticiper les objections**
- ✓ **Disposer d'une fiche de contact**



## FICHE CONTACT

|                 |  |                  |  |  |
|-----------------|--|------------------|--|--|
| Nom             |  | Date de l'appel  |  |  |
|                 |  | Heure de l'appel |  |  |
| Nom de l'appelé |  |                  |  |  |
| N° de Tél       |  | N° fax           |  |  |
| Adresse         |  |                  |  |  |
| Fonction        |  |                  |  |  |
| Activité        |  |                  |  |  |

### ENTRETIEN

### SUITE A DONNER

|  |                  |                          |
|--|------------------|--------------------------|
|  | Rendez-vous      | <i>Date Heure lieu</i>   |
|  | A confirmer      | <i>oui / non</i>         |
|  | A recontacter    | <i>Date Heure Lieu</i>   |
|  | Envoyer doc      | <i>Date Adresse</i>      |
|  | Type de prospect | <i>Froid Tiède Chauc</i> |

## 4. Fonctionnement

### Avant la vente

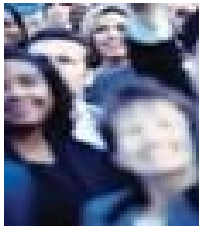
- ✓ **Connaitre son prospect**
- ✓ **Connaitre son Pds**
- ✓ **Anticiper les objections**
- ✓ **Disposer d'une fiche de contact**



## 4. Fonctionnement

### Avant la vente

- ✓ **Connaitre son prospect**
- ✓ **Connaitre son Pds**
- ✓ **Anticiper les objections**
- ✓ **Disposer d'une fiche de contact**



### Pendant la vente

- ✓ **Déterminer les besoins**
- ✓ **Motiver le client**
- ✓ **Soigner sa présentation**



## 4. Fonctionnement

### Avant la vente

- ✓ Connaitre son prospect
- ✓ Connaitre son Pds
- ✓ Anticiper les objections
- ✓ Disposer d'une fiche de contact



### Pendant la vente

- ✓ Déterminer les besoins
- ✓ Motiver le client
- ✓ Conclusion



### Après la vente

- ✓ Satisfaction
- ✓ Fidélisation



## Partie II: les acteurs de la télévente



## 1. Le télévendeur

Rattaché au réseau de vente par téléphone à domicile, le télévendeur a pour mission de développer la vente par téléphone de certains produits et services de la société qui l'emploie. Il travaille directement sur le fichier clientèle de particuliers ou d'entreprises retenus par le téléprospecteur (ou directement sur la liste des clients de la société).





## 2. Les centres d'appels

Le centre d'appel est une entreprise qui gère à distance la relation que les entreprises souhaitent entretenir avec leurs clients et prospects. Sa mission est de développer chez la personne les ressources dynamiques pour faire face à ses difficultés .



### 3. Le téléacheteur

Désigne la personne destinée à la réception d'offre et à l'achat d'un Produit par des moyens de télécommunications, généralement par appels téléphoniques



Partie III:  
Les avantages et les inconvénients  
De la télévente



## 1. Avantages

- Baisse du coût de revient,
- Gain de temps,
- Assurance d'une liste de clients à jour,
- Visibilité accrue,
- Une base de données plus productive,
- Réduction de vos coûts de publicité et déplacement des Commerciaux,
- Suivi de votre prospection assuré et le développement de votre marché,



## 2. Inconvénients

- Saturation des cibles (impression d'intrusion dans sa vie privée), existence d'une liste rouge, messages brefs, nécessité d'appeler certaines cibles en fin de journée ou le soir,
- Obligation de se limiter à un message court, risque d'agacer le prospect (impression d'intrusion dans sa vie privée), risque de saturation des cibles,
- Coût élevé (notamment si recours aux médias de masse pour diffuser des numéros), appel de « plaisantins » pour les numéros verts gratuits,
- Risque de déranger l'interlocuteur et possibilité de " fuite " de ce dernier,
- Difficultés de communication en cas de coupures d'électricité ou de défaillance du réseau.



# *Conclusion*



*Merci pour votre  
attention*



## Sources

- [www.doc-etudiant.fr / ... / Expose-Force-de-vente-dans-la-\*\*televente\*\*-22400.html](http://www.doc-etudiant.fr/.../Expose-Force-de-vente-dans-la-televente-22400.html)
- [portail.ofppt.org.ma / ... / M20%20Relation%20\*\*Client\*\*%20à%20\*\*Distance\*\*%20structuré-TER-TSB.p...](http://portail.ofppt.org.ma / ... / M20%20Relation%20Client%20à%20Distance%20structuré-TER-TSB.p...)
- [http://www.abacatel.fr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=16&Itemid=31](http://www.abacatel.fr/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=31)
- [www.marketing-etudiant.fr](http://www.marketing-etudiant.fr)
- <http://www.mawarid.ma/modules/wfdownloads/singlefile.php?cid=4&lid=2417>

