

accès payant • SÉMINAIRE

# COMMENT OPTIMISER UNE ACTIVITÉ TÉLÉVENTE AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE

## OBJECTIFS

L'objectif principal de cette journée est de permettre aux participants de maîtriser les conditions de réussite d'une stratégie télévente efficace au sein de leur entreprise de toute taille et secteur d'activité.

Au cours de cette journée, chaque participant pourra réaliser un auto-diagnostic de sa propre situation et repartir avec des pistes de travail concrètes adaptées à ses contextes et objectifs. De plus, il disposera d'outils et d'une approche globale lui permettant :

- d'apporter une véritable valeur ajoutée dans la mise en place d'une stratégie commerciale Télévente,
- de pouvoir alerter sa propre hiérarchie sur les points sensibles et porteurs de risques d'échec.

## matin

### 1 • Ateliers de travail : les idées reçues, les bonnes intentions, ou la stratégie du ... « on va essayer »

• Travail en sous groupes pour permettre à chaque participant de préciser l'idée qu'il se fait de la Télévente.

L'objectif de cette première partie est de mettre en évidence les facteurs clés de succès sur deux axes :

- **Organisation** → Méthode - de la segmentation aux outils
- **Compétence** → Talent - de la définition du poste, au reporting et aux tableaux de bord.

### 2 • La TELEVENTE : de la prise de RDV à la Vente

Analyse des 5 clés pour réussir la mise en oeuvre d'une stratégie télévente gagnante dans votre entreprise :

- **La première clé** : la Télévente pour quelle stratégie commerciale ?
- **La deuxième clé** : la segmentation : une logique Produit ? Ou une Logique Segment ?
- **La troisième clé** : de la Prospection ou du développement de compte ?
- **La quatrième clé** : Process minimum (définition du Poste, Rédaction de l'annonce (interne ou externe), rémunération, process management, Plan de Formation, Plan de carrière).
- **La cinquième clé** : les étapes de la mise en place, le suivi, l'analyse, le contrôle des résultats.

### 3 • Ateliers de travail :

L'auto diagnostic : piste de travail pour l'élaboration d'une méthodologie adaptée à vos besoins et contexte.

## HORAIRES

08h30 |  
09h00 |  
12h30 | 14h00  
14h00 |  
17h30 |

Accueil des participants  
Début de la journée  
Déjeuner  
Reprise de la journée  
Fin de la journée

## MÉTHODOLOGIE

Afin de permettre aux participants de bénéficier, en plus de l'expertise de l'animatrice, de l'expérience de leurs homologues présents à cette journée, l'animation alternera la présentation concrète d'une approche méthodologique performante de la télévente et des moments de travail et partage en sous-groupes.

## PUBLIC CONCERNÉ

Ce séminaire est réservé exclusivement :

- aux managers, responsables d'équipes Télévente ayant en charge le développement ou la création d'une activité commerciale/télévente.
- aux Directeurs commerciaux ou dirigeants d'entreprise souhaitant identifier les facteurs clés de succès dans la mise en place d'une équipe Télévente.

## après-midi

### 4 • Après le constat, l'action

- De la conceptualisation à la concrétisation : la construction des étapes d'une stratégie télévente gagnante.
- Comment identifier et exploiter concrètement les leviers pour faire avancer votre projet en interne ou pouvoir présenter votre réflexion avancée comme aide à la décision sur le projet « Télévente ».
- Situation idéale et situation réelle : comment établir un plan d'action tenant compte du décalage entre les deux
  - Hiérarchisation et phasing des actions prioritaires **sous contrôle**, que le participant peut mener à bien,
  - Hiérarchisation et phasing des décisions/actions clés **hors contrôle**.

### 5 • Restitution des travaux en session plénière

- Positionner sur une échelle de 1 à 5 la faisabilité du projet « télévente » sur la base des facteurs clés de succès. (Identifier les personnes en interne à contacter pour lever le(s) point(s) bloquant(s) listé(s)).
- A partir de ce constat, faut-il opter pour une solution interne ou une solution externe ?

### 6 • Témoignages de Directeurs Commerciaux ou Chefs d'entreprise

## ANIMATION DE LA JOURNÉE PAR



**Annick Mage.** Après dix années sur le terrain comme Key Account Manager, Annick Mage est devenue une des spécialistes de la mise en place d'équipes « Télévente » dans une logique « Nouveaux Métiers de la Vente ». Son approche est très différente des centres d'appels de télémarketing qui prennent des rendez-vous pour des commerciaux terrains. Sa logique consiste à positionner la Force de Vente sédentaire dans des organisations en place pour assurer l'intégration des « Vendeurs Sédentaires » dans l'entreprise où très souvent la culture est « TERRAIN ». Cette approche orientée « Talents, Compétence, Méthodologie et Organisation » a permis à : TNT, Xerox... de mieux couvrir leurs marchés tout en diminuant leurs coûts de vente. Aujourd'hui, dirigeante de Tmc Teleweb et Télévente Academy, elle accompagne les entreprises dans leur stratégie « Télécouverture ». Annick Mage est partenaire de Communication-Qualité\*.