



1 > La délégation, levier de motivation et de fidélisation des collaborateurs

La délégation consiste pour un manager à proposer à un collaborateur d'effectuer une activité qui relève habituellement de ses missions. La délégation devra être organisée de la part du manager. En effet, ce dernier devra **fixer avec précision le contenu** de cette mission ponctuelle et le **cadre à respecter**.

Comme par exemple pour une négociation un taux de remise maximum de 5 % à ne pas dépasser. Vous devrez être vigilant et ne pas confier une tâche qui **dépasse les compétences** de votre collaborateur, ce qui risquerait d'entraîner un échec et un effet de démotivation. La délégation ne consiste pas à **se débarrasser d'une tâche ingrate** ou de la responsabilité de l'activité concernée ! Car la délégation n'exclut pas le contrôle. C'est aussi le bilan effectué qui va permettre la montée en compétences.

2 > La formation

La formation est essentielle non seulement lors de l'intégration d'un collaborateur mais aussi quels que soient le niveau de compétences et l'expérience des personnes. Car cette dernière va permettre non seulement une amélioration du savoir-faire lié aux activités mais également une amélioration sur d'autres points : organisation, gestion du temps, travail collaboratif... Elle peut aussi apporter un renouvellement qui constitue un plus.

Il faut au départ diagnostiquer de manière précise les besoins. L'étude du tableau de bord pourra dans le cas de l'analyse des résultats commerciaux apporter des indications intéressantes sur les points à améliorer. Il sera ensuite nécessaire de définir le moyen et le cadre le plus adapté pour former ses collaborateurs : formation interne, externe, en présentiel (présence physique des participants) ou à distance (e-Learning). On peut parfois envisager de « panacher » plusieurs formules sur le principe du blended learning.

3 > Le traitement des objections

Une objection correspond à une remarque du client qui marque un frein dans sa volonté d'effectuer l'achat. Les objections seront **sincères** (réellement pensées) ou **prétextes**, afin d'obtenir un plus ou chercher à se dérober. Le télévendeur ne doit pas vivre cela comme une réaction négative de son interlocuteur. Car une objection bien traitée va au contraire renforcer son argumentation et même parfois lui permettre de conclure sa vente. Ce télévendeur devra rester positif afin d'atteindre son objectif de vente. Le traitement des objections implique une **maîtrise de l'argumentaire** et la **bonne connaissance de certaines techniques de traitement**.

Techniques	Exemples
Les trois premiers exemples vont être traités sur la base de l'objection client suivante : « La commande d'un lot de trois barquettes d'aligot est importante, nous ne sommes que deux ! »	
Oui, mais Évite de dire non et va rétablir la situation à votre avantage.	Réponse possible du télévendeur = « Oui, mais cette référence dispose d'une *DLC de trois semaines ce qui vous permet de la conserver au réfrigérateur. »
Appui Montre au client que ce qui lui paraît gênant correspond à un avantage.	Réponse possible du télévendeur = « Cet aligot est élaboré dans nos laboratoires avec des produits régionaux, vous pourrez le servir à des invités sans préparation préalable. »
Compensation Apporter un point positif face à un inconvénient évoqué par le client.	Réponse possible du télévendeur = « Vous bénéficiez d'une remise de 60 % sur la troisième barquette ce qui correspond à un gain de 6,50 €. »
Les trois exemples suivants seront traités sur la base de l'objection client suivante : « Tout le monde parle maintenant de qualité mais qu'est ce qui me prouve cela pour vos produits ? »	
Écran Vous accusez réception de la remarque et vous allez y répondre	Réponse possible du télévendeur (pour mieux préparer la suite) = « C'est un point important et je vais vous répondre juste après avoir terminé mon explication sur l'accompagnement possible. »
Témoignage On s'appuie sur l'expérience d'une personne (célébrité, autre client)	Réponse possible du télévendeur = « Pierre Leproche, célèbre critique gastronomique vante la qualité de nos produits dans un article publié cette semaine dans le journal « Midi Libre ». »
Questionnement Faire préciser la remarque pour mieux la désamorcer.	Réponse possible du télévendeur = « N'aviez-vous pas été pleinement satisfait lors des livraisons précédentes, en ce qui concerne la qualité gustative de nos produits ? »

* Date limite de consommation