



Le téléphone et le *live chat*

La communication instantanée permet l'échange synchrone de messages (audio ou textuels) et de fichiers entre plusieurs personnes par l'intermédiaire d'ordinateurs, de tablettes ou de téléphones mobiles connectés à Internet. Contrairement au courrier électronique, ce moyen de communication permet de conduire un dialogue interactif immédiat.

Dans l'entreprise, les utilisateurs de ces outils doivent respecter certaines règles afin de réussir leur communication.

1. Émettre un appel téléphonique

Le vendeur doit se préparer au préalable d'un appel téléphonique sortant. Il peut utiliser une fiche d'appel téléphonique et doit impérativement préparer les documents nécessaires pour les avoir à disposition durant l'appel.

Il devra mettre en pratique le plan de la **méthode CROC** :

- C comme **Contact** : saluer, se présenter, présenter l'entreprise et demander le bon interlocuteur ;
- R comme **Raison** de son appel : exposer le motif de son appel afin d'accrocher l'interlocuteur ;
- O comme atteindre son **Objectif** : développer ses idées en donnant les informations nécessaires pour obtenir un résultat ;
- C comme **Conclusion** de l'appel : reformuler, remercier et saluer l'interlocuteur.

2. Réceptionner un appel

Lors d'un appel entrant, le conseiller doit décrocher sans dépasser **trois sonneries** et utiliser la **méthode CERC** pour gérer l'appel :

- C comme **Contact** : saluer, se présenter et présenter l'entreprise puis demander l'objet de l'appel ou l'interlocuteur désiré ;
- E comme **Écoute** : rester attentif à la demande et si besoin, questionner et reformuler les propos de l'interlocuteur ;
- R comme **Réponse** : traiter l'objet de l'appel, c'est-à-dire transmettre l'appel à la personne désirée, proposer de rappeler l'interlocuteur ultérieurement ou prendre son message ;
- C comme **Conclusion** : terminer l'échange téléphonique en reformulant, remerciant et personnalisant la prise de congé, puis attendre que l'émetteur raccroche en premier.

Qu'il s'agisse d'un appel entrant ou sortant, le vendeur doit faire preuve de courtoisie et rester poli. Il doit éviter les mots négatifs ou un langage familier ou encore trop technique.

Il doit également adopter une bonne posture qui aura une incidence sa voix et veiller à contrôler son ton (utilisant une intonation chaleureuse et un débit modéré afin d'articuler clairement).

Attention, l'impatience, l'énervement, l'indifférence ou l'embarras s'entendent au téléphone, tout comme le sourire. Il faut donc rester calme tout en écoutant activement son interlocuteur et en lui laissant le temps de s'exprimer.

3. Dialoguer en live *via le chat*

Le **live chat** est un outil d'assistance ou d'aide à la vente proposé aux visiteurs d'un site web marchand grâce auquel ils entrent en communication avec un conseiller par le biais d'une messagerie instantanée ; cela permet d'améliorer la relation client.

Il apporte un service client supplémentaire fondé sur la qualité, tout en étant un réel outil d'aide à la vente. En effet, il permet à l'entreprise d'augmenter son taux de transformation de visites en achat ou de se différencier de la concurrence (qui ne propose pas forcément ce type de service).

Il est un bon support de communication auprès de la clientèle, mais l'entreprise doit prévoir du temps et une équipe dédiée : traiter l'information émanant de cet outil exige de larges horaires des conseillers, ainsi qu'un niveau de réponse qualitatif et rigoureux pour qu'il soit perçu par les internautes comme un outil réellement efficace.