

Responsable de magasin  
en commerces de gros

Chef de projet et gestionnaire  
du commerce électronique

Commercial(e) itinérant(e)  
en commerces de gros

Acheteur(euse) -Vendeur(euse)  
en produits frais

Vendeur(euse) sur site  
en commerces de gros

Télévendeur(euse)  
en commerces de gros



## Fiche métier Télévendeur(euse) en commerces de gros

### Définition

Les télévendeurs(euses) en commerces de gros assurent et développent une **relation commerciale à distance**, principalement par **téléphone**. Ils/elles réalisent des activités de vente, de conseil et éventuellement de prospection téléphonique, auprès de clients professionnels et parfois de particuliers. Ils/elles gèrent les **relations clients** (suivi des réclamations, relance,...) et suivent le dossier client en vue de **fidéliser** leur clientèle.

### Autres appellations

- > Téléprospecteur(trice)
- > Vendeur(euse) téléphone
- > Vendeur(euse) à distance
- > Technico-commercial(e) sédentaire(e)
- > Assistant(e) commercia(e) téléphonique
- > Commercial(e) / vendeur(euse) sédentaire

### Fiches ROME

- > DI401 : Assistanat commercial
- > DI408 : Téléconseil et télévente

### Spécificités d'exercice dans les différents secteurs des commerces de gros

- > Les télévendeurs(euses) en commerces de gros peuvent être intégré(e)s au sein d'une **équipe commerciale** composée de différents professionnels, au sein de laquelle ils/elles travaillent le plus souvent en **binôme** avec un ou plusieurs **vendeurs itinérants**, ou exercer leurs activités dans un **centre d'appels**. En centre d'appels, les télévendeurs(euses) peuvent être exclusivement affecté(e)s à la prospection, à la vente ou à la fidélisation des clients, ou intervenir sur l'ensemble de la gestion de la relation commerciale.
- > Certaines entreprises de la branche ont mis en place des centres d'appel au sein desquels peuvent exister des spécialisations (prospection, fidélisation, relations clients,...). Dans certains secteurs, peuvent également exister des plateaux techniques.

### Conditions d'exercice du métier

- > Dans les locaux de l'entreprise
- > Utilisation des différents outils de gestion de la relation client



Responsable de magasin  
en commerces de gros

Chef de projet et gestionnaire  
du commerce électronique

Commercial(e) itinérant(e)  
en commerces de gros

Acheteur(euse) -Vendeur(euse)  
en produits frais

Vendeur(euse) sur site  
en commerces de gros

Télévendeur(euse)  
en commerces de gros

## Activités professionnelles

- > Prospection téléphonique
- > Mise à jour du fichier de clients et de prospects
- > Vente, conseil et prise de commande à distance
- > Développement de la relation commerciale
- > Organisation

## Compétences

### Réaliser une prise de commande par téléphone

- > Identifier l'interlocuteur adéquat pour une prise de commande
- > Analyser la fiche client pour individualiser l'échange avec son interlocuteur
- > Personnaliser l'offre de produits et de services en proposant au client les offres commerciales, promotions, animations adaptés à ses besoins
- > Mettre en œuvre les bonnes pratiques de communication par téléphone
- > Exploiter la documentation commerciale diffusée par l'entreprise dans la présentation de l'offre de produits
- > Vérifier la faisabilité de la transaction commerciale en évaluant la disponibilité des produits demandés et en orientant le client vers des produits de substitution et des produits complémentaires
- > Vérifier la conformité de la commande enregistrée

### Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre

- > Établir un contact et un climat de confiance
- > Mener une découverte des besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
- > Positionner le client dans la typologie clients de l'entreprise
- > Cibler l'offre de produits et de services correspondant aux besoins du client
- > Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux objections
- > Valoriser l'image de l'entreprise et mettre en avant les avantages concurrentiels de ses produits et services
- > Conclure l'entretien en valorisant la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client
- > Établir une relation commerciale durable et de qualité avec un prospect ou un client

### Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise

- > Identifier et apporter les informations et services techniques adaptés pour répondre aux besoins du client
- > Identifier les produits et les services correspondant aux besoins du client en prenant en compte la réglementation et les recommandations liées au secteur d'activité et le contexte du client
- > Prendre en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les services proposés aux clients
- > Expliquer les caractéristiques et le bon usage des produits en fonction des besoins du client

### Utiliser les outils de gestion de la relation clients dans une activité de télévente

- > Détecter et enregistrer les informations clés à enregistrer sur les clients ou les prospects lors des appels téléphoniques

COMMERCE

- > Exploiter les fonctionnalités d'un outil de gestion de la relation client en menant une démarche de prospection téléphonique ou de prise de commande

### **Organiser son activité de télévendeur**

- > Aménager efficacement son poste de travail en veillant à l'accessibilité des informations
- > Organiser ses appels téléphoniques sur une journée en continu en tenant compte des périodes creuses et du plan d'actions commerciales défini
- > Optimiser l'organisation de son travail en alternant des activités téléphoniques et les activités associées dans le respect des priorités et des règles en vigueur dans l'entreprise
- > Identifier et transmettre aux interlocuteurs concernés les informations permettant de faciliter la relation client
- > Collecter et prendre en compte l'ensemble des informations utiles à la relation client

### **Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale**

- > Recevoir et écouter une réclamation
- > Annoncer à un client un dépassement de son encours et négocier une solution adaptée
- > Identifier les raisons d'un mécontentement, d'une réclamation ou d'un litige et les qualifier
- > Identifier les solutions possibles pour traiter la réclamation ou le litige
- > Apporter une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise

## **Accès au métier**

### **Pré requis**

- > Une connaissance préalable ou un intérêt marqué pour les produits commercialisés par l'entreprise est souhaitable.
- > Dans certains secteurs (non alimentaire, interindustriel), des compétences techniques peuvent être indispensables en raison de la forte technicité des produits et solutions techniques commercialisés.

### **Parcours possibles**

- > CQP Relation Commerciale à Distance en Commerces de Gros
- > Titre Professionnel Conseille(ère) Relation Client à Distance (niveau IV)
- > Mention Complémentaire Assistance, Conseil, Vente à Distance (niveau IV)
- > Bac Pro Vente Négociation Prospection Suivi de Clientèle
- > Bac Pro Commerce
- > Certifications techniques en rapport avec les produits et services commercialisés par l'entreprise
- > Expérience de la vente/relation client au sein de l'entreprise, acquise dans le cadre d'une autre fonction (vente sur site, fonction d'assistant(e) commercial(e),...)

## **Domaines de connaissance**

### **Commerce**

- > Techniques de vente
- > Techniques de négociation commerciale

### **Outils bureautiques et informatiques**

- > Logiciel de Gestion de la Relation Client (CRM)
- > Logiciels de traitement de texte, tableurs
- > Internet
- > Messagerie électronique

Responsable de magasin  
en commerces de gros

Chef de projet et gestionnaire  
du commerce électronique

Commercial(e) itinérant(e)  
en commerces de gros

Acheteur(euse) - Vendeur(euse)  
en produits frais

Vendeur(euse) sur site  
en commerces de gros

Télévendeur(euse)  
en commerces de gros

## Communication

- > Techniques de communication téléphonique

## Organisation

- > Techniques de gestion du temps
- > Méthodes et outils du travail en équipe
- > Gestion client dans une relation multicanal

## Connaissances techniques sur les produits et services

- > Fournisseurs
- > Gammes de produits : caractéristiques, saisonnalité,...
- > Services associés

## Législation / Réglementation

- > Législation et réglementation associées au secteur d'activités de l'entreprise

## D'un métier à l'autre ...

- > Les télévendeurs(euses) en commerces de gros peuvent évoluer vers les différents métiers de la filière commerciale : vendeurs sur site, vendeurs itinérants,...
- > Ils/elles peuvent également accéder à des métiers du management commercial : superviseur(euse) (dans les centres d'appel), responsable commercial(e), responsable administration des ventes,...

## Un métier en mouvement<sup>1</sup>

Dans les entreprises dans lesquelles existent encore des télévendeurs(euses) ayant un profil de « preneurs de commandes », la tendance s'oriente vers un **renforcement des compétences commerciales** en vue de leur permettre d'évoluer vers une véritable prise de relais des activités des commerciaux de terrain : relances clients ciblées, réalisation de ventes additionnelles, proposition de produits complémentaires, de substitution, anticipation des besoins des clients,...

Dans certaines entreprises, une **complexification** des **outils de gestion de la relation client** est notée, amenant les télévendeurs(euses) à renforcer leur capacité à utiliser un outil informatique simultanément à la conduite d'un entretien téléphonique.

Un **renforcement** de l'importance du **binôme** télévendeur(euse)/commercial(e) itinérant(e) pourrait également être noté, à la faveur du recentrage de l'intervention des itinérants vers des activités à valeur-ajoutée importante (prospection, instauration et maintien d'une relation personnalisée avec le client, analyse approfondie des besoins des clients,...). Ceci passe par une **optimisation** de l'utilisation des **outils de gestion de la relation client** dont l'enrichissement et la consultation régulière permettront à tous les commerciaux de répondre dans les meilleures conditions possibles aux demandes des clients.

COMMERCE