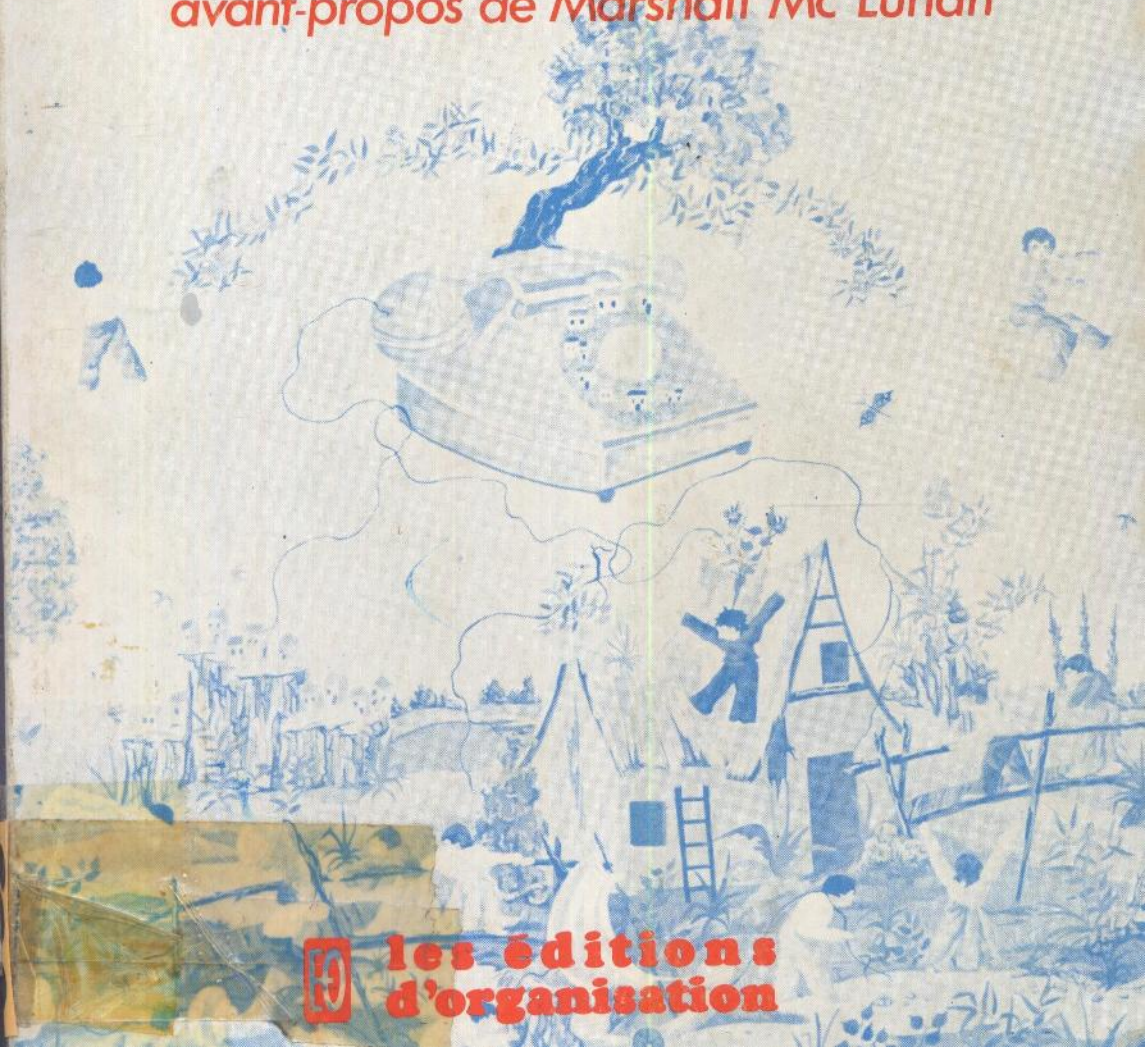


sophie de menthon

MIEUX UTILISER LE TELEPHONE

un media sur votre bureau
avant-propos de Marshall Mc Luhan



les éditions
d'organisation

Sophie de MENTHON

MIEUX UTILISER LE TÉLÉPHONE

un média sur votre bureau

Avant-propos de Marshall McLuhan

G33

4813 $\frac{1}{1}$

1979

les éditions d'organisation

5, rue Rousselet - 75007 Paris

Table des matières

AVANT-PROPOS	11
INTRODUCTION	13
CHAPITRE I : ATTITUDE PHYSIQUE ET PSYCHOLOGIQUE PENDANT L'ENTRETIEN TELEPHONIQUE	19
La différence d'attitude entre les hommes et les femmes au télé- phone	21
Le rythme et le ton	24
L'attitude physique	26
La respiration	29
CHAPITRE II : DE LA TECHNIQUE A LA TECHNOLOGIE	35
Les principales possibilités des équipements actuels	36
Les compléments de votre installation	37
Et savez-vous comment rechercher un numéro de téléphone ? Le prix d'une communication téléphonique ?	38
Equipements et services nouveaux du présent et du proche avenir.	41
CHAPITRE III : LA RECEPTION DES APPELS TELEPHO- NIQUES OU LA NECESSITE D'UNE ECOUTE ACTIVE	43
CHAPITRE IV : LA PRISE DE RENDEZ-VOUS	55
Le standard	56
Le barrage secrétaire	58
L'argumentaire	62
Argumentaire prospect	77
Forcing ou pas forcing ?	82

CHAPITRE V : LE TELEPHONE OUTIL DE SONDAGE	83
Image du combiné téléphonique	89
Les possibilités existantes connues	93
Exemple de questionnaire téléphonique dans le cadre d'un re-call publicitaire	97
Blind test : questionnaire	102
CHAPITRE VI : LE TELEPHONE DANS LA STRATEGIE PUBLI- CITAIRE	107
Le téléphone, complément de la télévision ou de la radio	108
Quelques prix à titre de comparaison	111
Le téléphone en tant qu'appui des opérations de mailing	113
Le téléphone utilisé en tant que seul média publicitaire : les messa- ges enregistrés	120
CHAPITRE VII : UN OUTIL D'INFORMATION ET UN OUTIL DE PROMOTION	123
L'accueil	124
L'information	128
Outil de promotion	130
Coordination de l'action téléphonique avec la force de vente	137
CONCLUSION	139
PROPOSITION DE CHARTE DE L'UTILISATEUR	143

Le téléphone est un outil familier de la vie professionnelle, mais c'est aussi trop souvent un outil mal utilisé.

Le livre de Sophie de Menthon a deux objectifs :

maîtriser l'utilisation du téléphone en vous rappelant les quelques techniques élémentaires qui vous permettront de valoriser ce merveilleux outil de communication. En effet, l'accueil au téléphone, c'est souvent la première image de l'entreprise pour tous ses correspondants.

mieux cerner les possibilités du téléphone, en montrant les avantages d'une utilisation rationnelle non seulement pour la prise de rendez-vous, mais aussi dans des domaines aussi variés que les sondages, la publicité, l'information et la promotion. Outil omniprésent du monde des affaires, le téléphone demeure en effet le plus court chemin de l'entreprise à l'individu et le seul média qui offre un droit de réponse.

L'intérêt qu'a porté à ce livre M. Mc Luhan, spécialiste mondial de la communication et lui-même auteur de nombreux ouvrages sur ce thème, prouve que le texte de S. de Menthon est particulièrement novateur en la matière puisqu'il écrit dans l'avant-propos : « S. de Menthon a découvert les utilisations multi-directionnelles du téléphone ; cette démarche est comparable à la découverte du cubisme ou de l'art africain. Elle utilise le téléphone comme un télégraphe tribal qui atteint l'homme par un phénomène acoustique. Elle a transformé la difficulté de l'accès à l'interlocuteur en plaisir d'y réussir... »

Voici donc un ouvrage de base pour tous ceux qui utilisent le téléphone, depuis la standardiste jusqu'à la secrétaire et le patron. A recommander tout particulièrement aux services commerciaux.

LE TELEPHONE : UN MEDIA SUR VOTRE BUREAU