COMMERCIAL ET RELATION CLIENT

Les clés de la relation client

DURÉE	TARIF INTER	FORMAT	MODALITÉS	RÉFÉRENCE
14 h 2 jours	**Sur devis**	**Présentiel / Distanciel**	**Inter · Intra** intra sur devis	**PMETV6**

Prérequis : Aucun

OBJECTIFS

- Professionnaliser les comportements & attitudes pour donner l'image d'une entreprise tournée vers le client,
- Accroître sa capacité d'écoute de la demande des clients,
- Gérer les réclamations et l'annonce des « mauvaises nouvelles »,
- S'approprier un argumentaire efficace.

PUBLIC

- Toute personne en interface clients au sein de l'entreprise
- Tout collaborateur non commercial amené à être en contact téléphonique ou physique avec les clients.
- Assistantes ADV, techniciens de Bureau d'Etude, responsable techniques, techniciens SAV, gestionnaire de commandes,...

PROGRAMME

01

- Gagner des clients et éviter d'en perdre est plus important que jamais !
- Tous les salariés sont, à leur niveau, des ambassadeurs de l'entreprise.
- Ils contribuent à la satisfaction des clients et à leur fidélisation sur le long terme.

02 **Les points clés d'une relation commerciale de qualité**

- Le client au cœur de l'entreprise et de tous les services.
- Les ressorts de la satisfaction du client : une attitude de service.
- Valoriser son entreprise (ses produits, ses services)

03 **S'adapter au client**

- Comprendre et se faire comprendre : une communication adaptée,
- Les règles d'or de la relation client par téléphone
- Savoir créer les conditions d'un bon contact : personnaliser la relation
- Formules et expressions à privilégier,
- Savoir poser les bonnes questions pour clarifier la demande
- Favoriser l'écoute active et reformuler

04 **Identifier les étapes clés de la vente**

- La prise de contact et l'accueil
- La découverte du client et de ses besoins et des motivations d'achat
- Le S.O.N.C.A.S
- L'argumentation et la présentation de son produit (caractéristiques, avantages, bénéfices client, preuves)
- La réponse aux objections
- La conclusion.

05 Argumenter et convaincre

- Préparer un argumentaire « FLASH »,
- Parler en avantage client plutôt qu'en caractéristiques
- Comment rebondir dans le cas où le produit demandé ne peut pas être proposé ?
- Les écueils à éviter.

06 Faire face aux objections les plus fréquentes

- Faire de l'objection une nouvelle opportunité d'argumenter
- Savoir gérer son stress en situation de forte pression.

07 Gérer commercialement les réclamations et les litiges

- Savoir annoncer une « mauvaise nouvelle »,
- Les fondamentaux de la gestion des situations tendues ou conflictuelles,

08 Fidélisation et suivi commercial

- Savoir prendre congé, en transformant le litige en opportunité
- Verrouiller les points d'accord et mettre en valeur la solution proposée,
- Organiser le suivi et la traçabilité des interventions.
- Gérer la satisfaction client : l'importance du service après-vente

09 Coopérer avec les autres services de son entreprise

- Le fonctionnement des services en « équipe client » : passer le relai aux autres services (commercial, administratif...)
- La complémentarité à adopter avec les commerciaux de son entreprise.
- Prévenir le client pour le sécuriser
- Atelier : identifier des axes de progrès individuels pour définir son plan d'action

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposé interactif alternant des apports théoriques, des mises en situation baties à partir de situations réelles proposées par les participants et des échanges d'expériences entre les stagiaires.
- Elaboration d'un Plan Personnel de Progrès.

ÉVALUATION

- Attestation individuelle de formation avec évaluation des acquis à partir de mises en situation et/ou tests, questionnaires.
- Evaluation de la satisfaction des participants

INFOS PRATIQUES

Accessibilité
Accessible aux personnes en situation de handicap (nous contacter). Référent handicap : Véronique Mellaoui.

Délai d'accès
En inter, le délai d'accès dépend de la date de démarrage de la session choisie : la convocation vous est adressée environ 15 jours avant le début de la formation. En intra, il dépend du calendrier défini avec vous.

Financement
Nos formations sont éligibles aux financements des OPCO (opérateurs de compétences). La demande de prise en charge est à faire auprès de votre OPCO, et l'accord de financement est à nous communiquer au moment de l'inscription. En cas de prise en charge partielle, le reste à charge est facturé à l'entreprise.

Reconnaissance
Attestation individuelle de formation

PROCHAINES SESSIONS INTER

Prochaines dates : nous consulter.

Inscription, devis intra ou question

05 34 40 40 00 · contact@capiforma.com · prod6.yurcom.space/formations/les-cles-de-la-relation-client/