



COMMERCIAL

La relation clientèle

Objectifs : Sensibiliser les stagiaires à l'importance d'un service au client de qualité - Développer le réflexe commercial vis à vis des clients externes et des « clients internes » - Acquérir un savoir être commercial et un savoir faire en matière d'accueil et de prise en charge du client.	Personnes concernées Commerciaux Assistants commerciales Technico-commerciaux
PROGRAMME	Pré requis : aucun
1. Les enjeux de la démarche <ul style="list-style-type: none">- La Qualité du Service au client : une nécessité opérationnelle, un enjeu relationnel et commercial- La notion de « client interne » et de « client externe »- Une situation de communication professionnelle spécifique : les bases de la situation, les fonctions de la communication, les difficultés de la relation en face à face ou à distance- Le cadre de référence des "clients" internes ou externes	PEDAGOGIE
2. Développer le réflexe commercial <p><u>a) Savoir écouter et prendre en charge</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Les situations de non-écoute et de non-accueil- Les conditions d'un bon contact avec le client : écouter pour comprendre, garder le contact, reformuler pour prendre en charge les vrais problèmes.- Application à une demande de renseignements - Analyse de situations filmées <p><u>b) Avoir les attitudes et les comportements adaptés</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Les attitudes spontanées face au client : aide et soutien, interrogation, explication, fuite...- Les jeux psychologiques : de persécuteur, de victime, de sauveur Les attitudes d'affirmation de soi : se comporter en adulte compétent et responsable- Applications pratiques : traitement d'une réclamation, client mécontent, client bavard... <p><u>c) Mettre en place une « relation clientèle »</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Aller au-delà de la demande immédiate, pour instaurer une relation commerciale suivie- Savoir anticiper, proposer des services et des solutions	Formateur : spécialiste de la communication d'entreprise et de la relation clientèle. Méthodes : Le stage est construit autour de cas réels pour confronter les stagiaires à des situations concrètes et les entraîner à répondre aux questions des clients. Les méthodes utilisées seront actives, alternant les travaux de groupes, les apports théoriques et les exercices pratiques. Nombreuses mises en situation avec enregistrement au magnétoscope et restitution pédagogique.
3. Les règles d'or de la relation Clientèle <p><u>a) Prendre en charge le client, rapidement</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Rapidité de réaction : au téléphone, en accueil, en relation de proximité- Phase de contact, importance de la première impression <p><u>b) S'occuper de lui en professionnel</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Agir efficacement pour satisfaire le client : comprendre le vrai besoin de son interlocuteur- Trouver la bonne solution au vrai problème posé - Savoir expliquer et dialoguer <p><u>c) Conclure aimablement</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Dernière impression et image laissée : savoir-faire et politesse- Marquer sa disponibilité et faire une ouverture	Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix. Inter entreprise Tarif par personne
	3 jours
	1 550 €
	Réf : CO057

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél : 01 48 74 29 45 - Mail : contact@proformalys.com - Fax : 01 48 74 39 98
Informations, dates de stage et inscriptions sur www.proformalys.com