


Le service client

Objectifs : Acquérir la notion de service et comprendre les exigences des clients pour séduire et fidéliser.	<u>Personnes concernées :</u> Toute personne travaillant en distribution.
PROGRAMME	Pré requis : aucun
<ul style="list-style-type: none"> ✚ La notion de service <ul style="list-style-type: none"> ❖ Qu'est ce que le service ? <ul style="list-style-type: none"> ➢ Définitions ➢ Objectifs ❖ Les différents types de services <ul style="list-style-type: none"> ➢ Avant la vente ➢ Pendant la vente ➢ Après la vente ✚ Le service aujourd'hui - Etat des lieux <ul style="list-style-type: none"> ❖ Le modèle français ❖ Le modèle américain ✚ Les nouvelles exigences client <ul style="list-style-type: none"> ❖ Un service personnalisé <ul style="list-style-type: none"> ➢ D'un concept global au "one to one" ➢ Les motivations du client ❖ Une meilleure écoute <ul style="list-style-type: none"> ➢ Mieux communiquer et vendre le service ➢ Séduire et fidéliser par le service ✚ Quels services dans l'avenir ? <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les nouveaux modes de communication ❖ Réflexions sur les nouveaux services 	PEDAGOGIE <p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste des domaines commercial, marketing, management et communication inter-personnelle. Praticien en PNL et analyse transactionnelle. Maîtrise de l'Ennéagramme. Psychothérapeute.</p> <p>Moyens et pédagogie</p>  <p>Apports théoriques et méthodologiques. Progression rapide grâce aux exercices. Mises en applications concrètes à partir de débats et réunions sur vidéo.</p> <p>Intra entreprise France entière et International</p> <p>Tarif inter par personne</p> <p>1 jour</p> <p>650 €</p> <p>Réf : DI046</p>