



Optimiser sa relation client - De l'accueil au service après-vente,



Gagner des clients et éviter d'en perdre est plus important que jamais !

Pour cela, tous les salariés sont, à leur niveau, des ambassadeurs de l'entreprise pour laquelle ils travaillent, à travers la qualité du service qu'ils apportent. Souvent moins reconnue que celle des commerciaux, leur contribution est donc essentielle.

En effet, les entreprises se doivent d'être tournées vers les clients, et tous les collaborateurs, de l'accueil au service après-vente, en passant par tous les services de back-office (finance, RH...) contribuent à la satisfaction de ces derniers et à leur fidélisation sur le long terme. Sensibiliser les non-commerciaux à la vente, permet aussi de les inciter à partager les informations qu'ils collectent au quotidien auprès des clients, et qu'ils ne songent pas nécessairement à transmettre aux commerciaux.

Durée : 2 jours (14 heures)

Profil des participants

Toute personne en interface avec des clients au sein de l'entreprise

Tous collaborateurs (non commerciaux) amenés à être en contact téléphonique ou physique avec les clients. (Assistants ADV, techniciens de Bureau d'Etude, responsable techniques, techniciens SAV, gestionnaire de commandes, chauffeurs livreurs...)

Pré-requis : Aucun

Le + Méthode pédagogique

Il s'appuie sur un exposé interactif, alternant des apports théoriques, des mises en situation basées à partir de situations réelles proposées par les participants et des échanges d'expériences entre les stagiaires.

A l'issue du deuxième jour de formation, les participants adopteront un Plan Personnel de Progrès.

Animateur :

Formateur spécialisé en techniques commerciales et communication

Modalités d'évaluation

Attestation individuelle de formation avec évaluation des acquis.

Evaluation de la satisfaction des participants.

Retour d'expérience de l'intervenant pour une organisation apprenante.



L'essentiel

Réf. PMETV6

Tarif : 700€ HT par personne
Pauses incluses.

Calendrier 2020 : 22-23 juin

Lieu : CAPIFORMA
1 Rue Marie Curie - Europarc
31520 Ramonville Saint Agne

Horaires : 08h30-12h00/13h30-17h00

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Professionnaliser les comportements & attitudes pour donner l'image d'une entreprise tournée vers le client,
- Accroître la capacité d'écoute de la demande des clients pour mieux la prendre en compte,
- Gérer commercialement les réclamations et l'annonce des « mauvaises nouvelles »,
- S'approprier un argumentaire efficace et capitaliser les pratiques et les réponses aux cas posés les plus fréquemment.

PROGRAMME

Rappel des points clés d'une relation commerciale de qualité

- Connaître les enjeux de la relation client et ce qu'elle implique.
- De l'image de l'entreprise à la fidélisation du client : placer le client au cœur de l'entreprise et de tous les services.
- Les ressorts de la satisfaction du client : développer une attitude de service.
- Connaître son entreprise (ses produits, ses services) pour mieux en parler.

S'adapter au client

- Comprendre et se faire comprendre : les fondamentaux d'une bonne communication,
- Les règles d'or de la relation client par téléphone
- Savoir créer les conditions d'un bon contact avec le client : personnaliser la relation et se rendre disponible,
- Formules et expressions à privilégier,
- Savoir poser les bonnes questions pour clarifier la demande (besoins énoncés et besoins cachés),
- Favoriser l'écoute active et reformuler, pour s'assurer d'une bonne compréhension.

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



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

Faire face aux objections les plus fréquentes :

- Les différentes formes d'objections fondées et non fondées
- Faire de l'objection une nouvelle opportunité d'argumenter
- Répondre à l'objection spécifique du prix
- Savoir gérer son stress en situation de forte pression.

Gérer commercialement les réclamations et les litiges, en préservant la relation client et les intérêts de l'entreprise,

- Savoir annoncer une « mauvaise nouvelle »,
- Les fondamentaux de la gestion des situations tendues ou conflictuelles,
- Transformer les réclamations clients en opportunités commerciales.

Fidélisation et suivi commercial

- Savoir prendre congé, en transformant le litige en opportunité d'améliorer la relation commerciale,
- 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

Coopérer avec les autres services de son entreprise

- Le fonctionnement des services en « équipe client » : passer le relais à tous les services (commercial, administratif...)
- Définir " qui fait quoi et comment " : La complémentarité à adopter avec les commerciaux de son entreprise.
- Prévenir le client pour le sécuriser

A l'issue de la formation, identification d'axes de progrès individuels et construction d'un plan d'action pour améliorer les pratiques.