

Comprendre et mettre en œuvre les fondamentaux de la relation client

Le collaborateur en lien avec le client véhicule l'image de l'entreprise par sa posture et son professionnalisme. Aujourd'hui les interlocuteurs sont attentifs à tous les aspects de la relation avec leur marque et sont fidèles à celles dont ils se sentent le plus proches. Cette formation est dédiée à l'optimisation de la relation clients.



Aucun
prérequis



À destination des acteurs
de la relation client



Durée :
1 jour - 7 heures



Formation dans vos locaux,
à distance ou sur-mesure



Démarrage des prestations sous 4 semaines à partir de la signature du bon de commande

Les objectifs pédagogiques

- Développer son potentiel relationnel
- Maîtriser les techniques de communication à distance
- Adapter sa communication au profil et aux attentes de l'interlocuteur
- Adopter un comportement orienté client en adéquation avec la stratégie d'entreprise.

Les compétences visées

- Mise en situation
- Écoute et analyse d'appels
- Jeux de rôles
- Rédaction de questions et de phrases adaptées à votre environnement professionnel

Les méthodes pédagogiques utilisées

- Développer ses techniques de communication
- Développer l'empathie et l'écoute active pour mieux répondre
- Structurer ses entretiens

PROGRAMME DE LA FORMATION

Les enjeux de la relation clients

- Les attentes des clients et les critères de satisfaction
- L'impact d'un service client de qualité
- La notion d'accompagnement du client
- La contribution individuelle à un objectif collectif

Le schéma de la communication

- L'impact du message
- La déperdition de l'information
- La communication verbale et non verbale

Les critères comportementaux pour satisfaire le client

- Les qualités et postures fondamentales pour générer la confiance
- L'écoute active
- La communication verbale professionnelle (Les 4P, la communication positive)
- Consolider la relation

Les critères professionnels

- La découverte des besoins et des motivations : oser questionner pour mieux satisfaire
- La structure de l'entretien avec un client

Questionner pour mieux satisfaire

- L'argumentation commerciale ciblée
- La réponse aux objections
- La conclusion de la vente
- La fidélisation à la notion de service