










Optimisation de la relation client initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Une première expérience dans une fonction commerciale est souhaitée	 Date	Voir convention
 Public	Vendeurs(ses) et toute personne étant en contact avec la clientèle et désirant s'initier dans la vente.	 Lieu	INTRA
 Intervenants	Formateur en marketing issu du commerce	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Jeux de rôles et mises en situation.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Communiquer aisément en face à face ou au téléphone - Améliorer l'efficacité de l'accueil par la confiance - Valoriser son image et celle de son entreprise - Satisfaire et fidéliser le client

PROGRAMME

JOUR 1 :

- Développer des attitudes sur mesure
- Réussir la prise de contact, avoir une conduite empathique
- Personnaliser son écoute active, appliquer les différents protocoles de reformulation et recadrer les demandes
- Déceler les besoins et motivations du client potentiel (il est possible d'utiliser la PYRAMIDE de MASLOW)
- S'accoutumer à l'utilisation d'un langage et d'une syntaxe compris du plus grand nombre (y inclure un jargon technique lié à l'activité si nécessaire)
- Repérer les freins et obstacles à une bonne communication
- Savoir pratiquer les questions ouvertes et fermées
- Gérer le timing de l'entreprise

JOUR 2 :

- Optimiser sa relation avec le client
- L'identifier et le rendre unique
- Savoir répondre négativement face à certaines demandes
- Acquérir la notion d'assertivité
- Exprimer un refus mais savoir proposer une alternative
- Conclure l'entretien
- Mettre en place un plan de relance et suivi des prospects ou clients
- Créer des tableaux de bord, outils d'aide à la décision
- Elaborer une enquête de satisfaction