



GERER LA RELATION CLIENT

OBJECTIFS :

- Adopter une attitude commerciale efficace
- Développer des méthodes facilitant la gestion des relations difficiles
- Optimiser votre aisance en situation de relation client face à face et au téléphone

PUBLIC : Commerciaux ainsi que tout collaborateur en contact physique et/ou téléphonique avec les clients

DUREE : 21 heures

PROGRAMME :

VOS CLIENTS : QUI SONT-ILS ET QU'ATTENDENT-ILS ?

Identifier les profils types de vos clients et les différentes personnalités
Comprendre leurs motivations

INTEGRER LES ELEMENTS CLES DE LA RELATION CLIENT

Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients
Les conditions d'un bon accueil. Spécificités de l'accueil physique et de l'accueil téléphonique
Identifier les compétences et les aptitudes relationnelles nécessaires pour fidéliser les clients
Saisir les opportunités pour optimiser le contact avec le client : conseil, vente additionnelle...

ACQUERIR LES CLES DE L'ACCUEIL PHYSIQUE

Les composantes d'un environnement propice à l'échange. Personnalisation du contact.
La gestion de la communication face à plusieurs interlocuteurs
Le savoir dire non sans entamer la relation

COMPRENDRE LE CONTEXTE DE LA RELATION TELEPHONIQUE

Les attentes « client » : qualité de service et efficacité
Les spécificités de l'accueil téléphonique : disponibilité, fiabilité, professionnalisme
Mener l'entretien téléphonique en 4 étapes (présentation, analyse de la demande, échange, conclusion)

S'APPUYER SUR QUELQUES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION

L'importance de la prise de contact
Le verbal et le non-verbal
Questionnement et écoute active
Le choix du langage et des formulations spécifiques, clarté de l'expression

GERER LES SITUATIONS DIFFICILES

L'état d'esprit des interlocuteurs mécontents ou de mauvaise foi
Le désamorçage de l'agressivité
L'identification des facteurs déclencheurs de conflit
L'utilisation des techniques de désescalade. Penser Solution plutôt que Problème
Maîtriser les mécanismes de défense pour préserver la relation avec le client : projection, introversion, identification
Etre solidaire des autres services tout en préservant la relation client
La maîtrise de soi et la gestion des émotions en toutes circonstances

EFFECTUER UN SUIVI DE LA RELATION CLIENT POUR PERENNISER LA RELATION

Transmettre les informations en interne pour garantir la continuité de service
Etablir un plan d'actions et informer le client

METHODES PEDAGOGIQUES :

Dans une démarche progressive, nous travaillons à partir de situations ou événements empruntés à la réalité professionnelle des participants afin de faire le point sur leurs pratiques et de définir un plan d'action personnalisé. Pédagogie active et participative incluant apports théoriques, jeux de rôles, mises en situation, travaux de groupe. Remise d'un support pédagogique.

Retrouvez toute notre actualité sur www.ifacom.com

DRAC

SARL au Capital de € 7 622.45 - SIRET : 388 084 394 000 21 - APE : 8559A
Bureau et Centre : 27, Rue Achille René Boisneuf - 97110 Pointe à Pitre - Tél : 05.90.20.19.37 Fax : 05.90.68.30.36
Siège social et Centre : 15, Rue Frébault - 97110 Pointe à Pitre - Tél : 05.90.93.06.30 - Fax : 05.90.89.09.93