

Expert de la relation client

Outiller efficacement le personnel investi dans la relation client.



Durée : 2 jours / 14 heures.
(A titre indicatif)



Pré-requis : Aucun.



Public : 4 à 10 participants
Managers de proximité et opérationnels.



Kit de formation papier



A l'issue de la formation, les participantes seront capables :

- d'acquérir ou renforcer leur culture commerciale sur un point de vente.
- d'acquérir des méthodes et outils pour développer la relation de l'entreprise avec ses clients.
- de motiver leur équipe à pleinement satisfaire et fidéliser les clients.

Apports théoriques et méthodologiques :
pédagogie inversée en alternance
avec des expérimentations.

Développer des softskills orientés client :

- + Maîtriser les 3 dimensions de la relation client.
- + Adapter sa communication à chaque relation client.
- + Apporter une réponse ciblée au besoin du client.
- + Comprendre et prendre en compte les émotions du client.

Points forts

La **pédagogie inversée** permet aux participants de vivre et de s'approprier le contenu par l'action. L'expérimentation est la forme privilégiée d'acquisition des connaissances et des outils.

Associés à la digitalisation croissante de la relation client, les échanges humains se professionnalisent et la maîtrise des soft skills devient centrale pour les acteurs de la relation dans les échanges de service. En effet, les clients recherchent aujourd'hui l'expertise autant que la qualité de la relation.

Cette formation donne des clés pour changer de posture et devenir des spécialistes de l'expérience client.



CRÉER LA RELATION

• Qu'est ce qui caractérise l'expérience client ?

- Définir l'expérience client.
- L'expérience client sur son poste de travail.
- L'art de créer du lien.

• Détecter et identifier les besoins du client :

- Le service attendu et le service rendu.
- Les 3 dimensions de la satisfaction client.
- Développer l'art du questionnement.
- Identifier les freins à la vente.
- Maîtriser les motivations d'achat par la méthode.
- Comprendre et pratiquer l'écoute active.

DU SERVICE À LA VENTE

• Distinguer vente et service client :

- Appréhender les techniques de vente (proposition, découverte, reformulation, conclusion).
- Engager le client dans une prise de décision.
- Mettre en scène sa vente.

• Engager dans l'action

- Argumentation et conclusion.
- Comprendre les grands principes de l'argument.
- Traiter les objections.
- Maîtriser les bases de la négociation.
- Maîtriser les 7 techniques de conclusion.
- Développer le réflexe de la vente additionnelle.