

GÉRER LA RELATION CLIENT AU QUOTIDIEN

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Prendre conscience de l'importance de la fidélisation clients dans une stratégie commerciale

- Connaître les enjeux d'une bonne relation client pour l'entreprise.
- Faire la différence entre satisfaction des attentes et la fidélisation du client.
- Comprendre l'importance du processus client dans une stratégie commerciale.
- Situer son rôle dans le processus client : le 8 de la relation client.
- De la satisfaction client à la fidélisation, appréhender ses missions.

Maîtriser les attitudes d'une relation client efficace

- Ecouter activement votre client.
- Cultiver la sincérité et la transparence pour gagner la confiance
- Utiliser les atouts de la communication verbale et non verbale.
- Adopter la bonne posture dans la relation et respecter l'éthique.
- Illustration : les « positions de vie ». Ancrer la préférence du client : confiance - empathie - valorisation - réactivité – conseil.

S'engager activement dans la relation client au quotidien

- Être force de proposition dans la stratégie de fidélisation.
- Contribuer à l'excellence de la relation client.
- Utiliser l'IA pour gagner du temps ?
- Construire une relation durable en lien avec les critères RSE de l'entreprise.
- Identifier les FCS pour votre entreprise et votre contribution.

Savoir gérer les situations délicates & Traiter les objections

- La technique du recadrage ART.
- Gérer les mécontentements et les insatisfactions pour en faire une source de fidélisation.
- Faire face aux interlocuteurs particuliers : client inquiet, client agressif.
- Prévenir et agir pour désamorcer un conflit.
- La méthode SCORE.
- Choisir un mode de communication orienté solutions sans équivoque.

Bâtir votre plan d'action en vue du suivi post-formation.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Ateliers participatifs de partage d'expériences
- Exercices pratiques sous forme d'études de cas
- Mises en situation et jeux de rôle suivi d'un retour d'expérience
- Entraînements

OBJECTIFS DE FORMATION

Prendre conscience de l'importance de la fidélisation clients dans une stratégie commerciale.

Intégrer les grandes règles d'une communication réussie.

Répondre aux attentes du client et pérenniser la relation.

Identifier les bonnes pratiques pour une relation client efficace.

Savoir gérer les situations délicates.

PUBLICS CONCERNÉS

Consultants, commerciaux et chargés de la relation client.

PRÉREQUIS

Aucun.

DURÉE

2 jours soit 14 heures +

1 heure de suivi par visioconférence à 45 jours

Accès à la plateforme Activ'learning.

INTERVENANT

Consultant senior en vente et relations clients

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Tests d'évaluation avant/après.

Remise d'une attestation de fin de formation.