

Optimiser sa relation client

PUBLIC



Toute personne de l'entreprise souhaitant améliorer sa relation client. Accessible aux personnes en situation de handicap.

PRÉREQUIS

Aucun.

OBJECTIFS



Découvrir et s'approprier les techniques de prospection.

APTITUDES

Capacité de synthèse et d'analyse.
Capacité à répondre rapidement aux besoins de la clientèle.
Aptitude pour le service à la clientèle.

COMPÉTENCES VISÉES

Développer ses compétences en découverte des attentes du client.
Construire un argumentaire de vente, le personnaliser à son interlocuteur.
Mettre en place une stratégie de fidélisation.

MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance.
Ateliers de mise en pratique. Ateliers réflexifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation de l'acquisition des connaissances au travers des exercices pratiques. QCM d'évaluation en fin de formation.

DURÉE



Durée : 2 jours | Délai d'accès : sur demande

TARIF

A partir de 300 euros par personne / jour

MODALITÉS

Présentiel/ à distance/ mixte

PROGRAMME

Les relations client

- Découverte des points de contact client et de leurs objectifs
- Les freins à l'achat

Réussir l'entretien commercial

- Les fondamentaux de l'entretien commercial
- La démarche méthodologique de tout échange avec un Client
- La préparation de tout entretien et de l'entretien commercial

Les attentes du client

- Les motivations à l'achat
- Les freins à l'achat
- Le profil du client
- La segmentation
- Comment connaître les attentes des clients ?

La veille commerciale

- Être informé de l'actualité du client
- Exploitation des points de contacts client
- La capitalisation et le partage des informations client en interne
- La mise sous surveillance des sources d'information

L'argumentaire de vente

- Les caractéristiques des produits
- Les bénéfices et la preuve pour le client
- L'argumentaire au regard du marché de l'entreprise

La stratégie de fidélisation

- La stratégie de fidélisation dans le cadre de la culture d'entreprise
Les différentes actions de fidélisation
- Gérer les retombées des actions de fidélisation

Les techniques de prospection

- Adapter son savoir être
- La prospection téléphonique
- L'argumentaire de prospection
- Le marketing direct