

FORMATION

LES BASES DE LA RELATION COMMERCIALE

Présentation de la formation :

La relation client est une fonction cruciale dans l'entreprise. C'est elle qui établit et renforce la satisfaction du client par la qualité de son écoute et sa capacité à apporter des réponses adaptées aux attentes. La gestion des situations tendues, peut également être un enjeu décisif pour gagner la confiance et la fidélité du client. Ancrer les fondamentaux d'une relation client contribuent à une expérience client réussie ! Cette formation permettra au stagiaire de se (re) mettre à niveau sur les fondamentaux de la vente tout en développant son assertivité.

Publics visés et Prérequis :

Cette formation est destinée à toutes personnes souhaitant développer son esprit commercial et/ou comprendre la logique d'une démarche commerciale. En prérequis pour cette formation, il est essentiel de maîtriser en partie et/ou en totalité les savoirs de la formation les fondamentaux de la vente.

Positionnement avant la formation :

Avant l'entrée en formation, le stagiaire devra répondre à un questionnaire permettant de déterminer son niveau de connaissance actuel ainsi que ses attentes individuelles. Le questionnaire sera envoyé directement par mail au stagiaire ou bien remis en main propre.

Organisation de la formation :

Durée de la formation : 14 heures, 2 jours
Heures : De 9h00-12h30 et 13h30-17h00
Lieu : A définir
Rythme : Continu/discontinu
Mode d'organisation pédagogique :
Présentiel

Objectifs de fin de formation :

- ✓ Perfectionner les attitudes dans la relation commerciale
- ✓ Améliorer l'écoute du client pour véhiculer une l'image de l'entreprise
- ✓ Dépasser ses à priori et freins
- ✓ Utiliser les techniques de vente de base pour accroître le courant d'affaires
- ✓ Communiquer efficacement et établir un climat de confiance
- ✓ Réussir à atteindre ses objectifs
- ✓ Dire non de manière assertive
- ✓ Gérer les situations difficiles dans la relation et fidéliser les clients

Moyens pédagogiques , techniques :

Moyens et méthodes pédagogiques : sous forme de pédagogie active, la formation alternera théorie et pratique avec des exercices, des quiz, des cas concrets et mises en situation.

Support : un support de cours sera remis à chaque apprenant (sous format digital)

Moyens mis à disposition : une salle équipée de tables et chaises, connexion internet, vidéoprojecteur ou projection des supports sur un écran LCD

Matériels requis : apportez votre ordinateur

Moyens d'encadrements :

Formatrice et Coach Professionnelle Certifiée avec plus de 20 ans d'expériences dans des sociétés de types PME & Internationales avec une expertise dans le secteur du management, de la négociation commerciale et de l'entrepreneuriat.

Programme

JOUR 1

Adoptez un comportement commercial

- Évaluer ses propres styles management : directif, explicatif, délégatif
- Lister les missions du commercial
- Développer son image au regard des exigences clients
- Savoir se comporter en véritable ambassadeur de son entreprise : les points à respecter pour présenter sa société
- Apprendre à se présenter et à créer du lien
- Adopter une communication orientée client : observer, savoir écouter, questionner et reformuler
- Mettre en place une relation client de qualité grâce à l'écoute active (verbal, para verbal, synchronicité, reformulation)
- Définir une stratégie : défensive, offensive, intensive, conquérante
- Connaitre les qualités de son offre et savoir en parler

Exercice : présenter sa société et son offre sous forme de pitch

Dépassez vos freins

- Découvrir vos "croyances limitantes" dans votre approche commerciale
- Prendre du recul pour faire preuve de discernement et d'objectivité
- Dépassez ses peurs : les étapes à suivre
- Transmettre votre enthousiasme : aimer et croire en son produit, employer un langage constructif
- Observer le comportement de votre interlocuteur
- Découverte des 7 clés de la confiance en soi

Exercices : mise en pratique de jeux de rôles

JOUR 2

Les outils fondamentaux de la relation clients

- Répertorier les 7 étapes de la vente : de la prospection à la fidélisation

Réussir sa prise de contact et sa phase de découverte

- Travailler son accroche
- Maîtrise de la technique des 4x20
- Développer son attitude positive
- Maîtriser les différents types de question (QOQOCCP)
- Comprendre les différents types de besoins
- Pratiquer les leviers de motivation (SONCAS)
- Argumenter efficacement
- Sécuriser la vente grâce à la méthode des 4C

Aborder les situations difficiles dans la relation client

- Acquérir le bon comportement dans une situation difficile
- Réussir à prendre le recul nécessaire et dépassionner le débat
- Analyser et penser "solution" plutôt que "problème"
- Formuler des critiques constructives sur les actions et non sur les personnes : méthode DESC
- Détecter efficacement une objection et la catégoriser
- Reformuler pour bien conclure
- Gérer ses émotions et son stress

Exercice : présenter sa société et son offre sous forme de pitch

Effectuer un suivi de la relation client

- Établir un suivi du client pour pérenniser la relation
- Transmettre les informations en interne pour garantir la continuité de service

Exercice : jeux de rôles et simulations de situations conflictuelles. Débriefing.

Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats :

Avant la formation :

Quizz initial d'évaluation des connaissances sur la thématique

Un entretien individuel avec le formateur pour déterminer les besoins

Pendant la formation :

Des exercices, quizz, QCM et mises en situation tout au long de la formation pour tester vos connaissances et évaluer votre progression.

Feuille d'émargement par demi-journée ou relevé de connexion à signer par chaque stagiaire et par le formateur.

Fin de la formation :

Quizz final d'évaluation sur la thématique afin de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

Evaluation de la formation :

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Délais et modalités d'accès à nos formations :

Les délais d'accès représentent la durée entre le moment où un stagiaire procède à une inscription à une formation et le moment de la réalisation de l'action de formation. Les délais d'accès moyens sont de 4 semaines pour une formation intra-entreprise, à compter de la date de signature de notre proposition commerciale.

Solutions de financement :

Contactez-nous, pour trouver la meilleure solution de financement adaptée à votre situation:

- Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH
- L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise
- TNS, indépendant, artisan et commerçant vous cotisez pour la formation
- Pôle Emploi sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

Satisfaction client sur la formation :

100% de clients satisfaits

La satisfaction client est issue des évaluations de fin de formation. La moyenne est calculée à partir de l'ensemble des évaluations datant de moins de 24 mois.

Accueil des personnes en situation de handicap :

Si vous êtes en situation de handicap, nous vous remercions de bien vouloir nous le signaler en amont de la formation afin que nous puissions prendre toutes les mesures nécessaires pour vous accueillir au mieux. Une étude de besoin sera faite pour pouvoir déterminer l'accompagnement adapté.