

# Optimiser sa relation client – De l'accueil au service après-vente

Réf. PMETV6



## Durée

2 jours (14 heures)



## Profil des participants

Toute personne en interface au sein de l'entreprise.  
Tout collaborateur non commercial amené à être en contact téléphonique ou physique avec les clients  
Assistants ADV, techniciens de Bureau d'Etude, responsable techniques, techniciens SAV, gestionnaire de commande...

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous contacter)



## Tarif

Nous consulter



## Animateur

Formatrice spécialisée en techniques commerciales et communication.



## Modalités d'évaluation

Attestation individuelle de formation avec évaluation des acquis à partir de mises en situation et/ou tests, questionnaires.  
Evaluation de la satisfaction des participants



## Calendrier 2024

Nous consulter



## Lieu

Nous consulter

## OBJECTIFS

- > **Professionaliser les comportements & attitudes pour donner l'image d'une entreprise tournée vers le client.**
- > **Accroître sa capacité d'écoute de la demande des clients.**
- < **Gérer les réclamations et l'annonce des « mauvaises nouvelles »**
- > **S'approprier un argumentaire efficace**

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposé interactif alternant des apports théoriques, des mises en situation bâties à partir de situations réelles proposées par les participants et des échanges d'expériences entre les stagiaires.**
- Elaboration d'un Plan Personnel de Progrès.**



05 34 40 40 00



contact@capiforma.com



01, rue Marie Curie  
31520 Ramonville Saint-Agne

## PROGRAMME

### **Les points clés d'une relation commerciale de qualité**

Le client au cœur de l'entreprise et de tous les services.  
Les ressorts de la satisfaction du client : une attitude de service.  
Valoriser son entreprise (ses produits, ses services)

#### **S'adapter au client**

Comprendre et se faire comprendre : une communication adaptée,  
Les règles d'or de la relation client par téléphone  
Savoir créer les conditions d'un bon contact : personnaliser la relation  
Formules et expressions à privilégier,  
Savoir poser les bonnes questions pour clarifier la demande  
Favoriser l'écoute active et reformuler

#### **Identifier les étapes clés de la vente**

La prise de contact et l'accueil  
La découverte du client, de ses besoins et des motivations d'achat  
L'argumentation et la présentation de son produit/services  
La réponse aux objections  
La conclusion

#### **Argumenter et convaincre**

Préparer un argumentaire « FLASH »,  
Parler en avantage client plutôt qu'en caractéristiques  
Rebondir si le produit demandé ne peut pas être proposé  
Les écueils à éviter

#### **Faire face aux objections les plus fréquentes :**

Faire de l'objection une nouvelle opportunité d'argumenter  
Savoir gérer son stress en situation de forte pression.

#### **Gérer commercialement les réclamations et les litiges**

Savoir annoncer une « mauvaise nouvelle »,  
Les fondamentaux de la gestion des situations tendues ou conflictuelles,

#### **Fidélisation et suivi commercial**

Savoir prendre congé, en transformant le litige en opportunité  
Verrouiller les points d'accord et mettre en valeur la solution proposée,  
Organiser le suivi et la traçabilité des interventions.  
Gérer la satisfaction client : l'importance du service après-vente

#### **Coopérer avec les autres services de son entreprise**

Le fonctionnement des services en « équipe client » : passer le relai aux autres services (commercial, administratif...)  
La complémentarité à adopter avec les commerciaux de son entreprise.  
Prévenir le client pour le sécuriser.

Atelier : identifier des axes de progrès individuels pour définir son plan d'action

