

RÉUSSIR LA RELATION

AVEC LE CLIENT



PAR GT FORMATIONS



Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.



Durée

2 jours (14 heures)



Groupe :

12 personnes maximum



Accessibilité

Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre cette formation.



Dates et lieux :

À définir

Contact :

elodie@gtformations.com

Tarifs :

Inter : 401€

Intra : 2201€

Sur mesure : Demandez un devis

L'ACTION :

AVOIR TOUTES LES CLÉS EN MAIN POUR RÉUSSIR LES RELATIONS CLIENTS.

LES OBJECTIFS :

- COMPRENDRE LE MÉCANISME DE LA SATISFACTION DU CLIENT.
- IDENTIFIER LES PRATIQUES ET QUALITÉS QUI FIDÉLISENT LES CLIENTS.
- DÉVELOPPER UNE QUALITÉ DE CONTACT QUI FAIT LA DIFFÉRENCE.
- DÉVELOPPER UNE ÉCOUTE ACTIVE ET EMPATHIQUE.
- GAGNER EN CAPACITÉ D'INFLUENCE.
- SUSCITER LA CONFIANCE DU CLIENT.

PROFIL

TOUTE PERSONNE EN CONTACT DIRECT OU INDIRECT AVEC LE CLIENT.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION :

- SUPPORT PPT / APPORTS THÉORIQUES ET MÉTHODOLOGIQUES
- MISES EN SITUATIONS PRATIQUES À PARTIR D'ÉTUDES DE CAS
- TRAVAUX RÉALISÉS EN ANIMATION DE GROUPE

RÉUSSIR LA RELATION AVEC LE CLIENT



JOUR 1

1/ COMPRENDRE LES MOTEURS DE LA PRÉFÉRENCE DU CLIENT

- Resituer sa contribution sur le parcours du client.
- Distinguer les attentes implicites et explicites des clients.
- Analyser le mécanisme de la satisfaction du client.
- De la satisfaction à la fidélité : l'enjeu de la préférence client.

2/ OFFRIR UNE PRÉSENCE EMPATHIQUE À SON CLIENT

- Respecter les codes sociaux de l'entrée en relation.
- Intégrer l'impact des émotions sur la communication interpersonnelle.
- Apporter respect et considération au client.
- Développer la confiance du client au cours de l'échange.

3/ S'ENGAGER ACTIVEMENT DANS LE SERVICE DU CLIENT

- Relier sa mission à l'ambition de l'entreprise.
- Tenir sa place face au client.
- Conduire l'entretien par étapes.

JOUR 2

4/ INFLUENCER AVEC INTÉGRITÉ LES CLIENTS

- Viser des ventes et des décisions pérennes.
- Mettre en valeur soi, son entreprise, sa prestation de service à travers le choix des mots.
- Susciter l'adhésion du client par la méthode de l'argumentation structurée.

5/ ANCRER LA PRÉFÉRENCE DU CLIENT

- Valider toujours la satisfaction des clients.
- Oser conseiller ses clients.
- Anticiper, solliciter... et savoir surprendre.
- Préserver la relation à long terme dans les situations délicates.