

**Durée :**

**2 jours (14 h.)**

**Les participants et leur pré-requis :**

Assistants commerciales, techniciens SAV ou toute personne ayant des contacts exclusivement par téléphone avec la clientèle.

**Notre intervenant :**

Formateur spécialisée en technique de vente et communication.

**L'organisation :**

**Lieu :** A déterminer Occitanie

**Dates :** à déterminer

**Horaires :** 08h30 17h00

**Coût par participant :**

**660 € HT  
(792 € TTC)**

**Renseignements et inscriptions :**

**Sabine ACCO**

**LES OBJECTIFS :**

- Comprendre son rôle dans la qualité du service rendu.
- Donner l'image d'une entreprise tournée vers le client et professionnelle.
- Bien comprendre la demande du client et savoir la prendre en compte.
- Gérer commercialement les réclamations et les litiges, en préservant la relation client et les intérêts de l'entreprise.

**NOTRE CHOIX PEDAGOGIQUE ET LES MODALITES D'EVALUATION:**

Il s'appuie sur un 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.

A l'issue du deuxième jour de formation, les participants adopteront un Plan Personnel de Progrès.

Evaluation qualitative et quantitative effectuée par les participants en fin de formation

**LE CONTENU DE LA FORMATION :**

■ **Les enjeux d'une relation client**

- Comprendre les attentes et les exigences d'un client aujourd'hui.
- Les typologies de clients : internes et externes.
- De l'image de l'entreprise à la fidélisation du client.
- Les ressorts de la satisfaction du client.

■ **Accueillir et s'adapter au client**

- Les fondamentaux de la communication et ses particularités au téléphone.
- Connaître et repérer les techniques d'influence et de manipulation.
- Savoir créer les conditions d'un bon contact avec le client :
- Personnaliser la relation et se rendre disponible.
- Formules et expressions à privilégier.
- Savoir poser les bonnes questions pour clarifier la demande (besoins énoncés et besoins cachés).
- Favoriser l'écoute active et reformuler, pour s'assurer d'une bonne compréhension.

### ■ **La gestion des situations difficiles et conflictuelles**

- Identifier les points négociables.
- Alternier écoute et affirmation de soi, en attitude adulte/adulte.
- Les tournures, les attitudes et comportements facilitant.
- Les pièges à éviter.
- Savoir gérer son stress en situation de forte pression.

### ■ **Répondre à la demande client, en préservant l'intérêt de l'entreprise**

- Traiter les objections.
- Convenir ensemble d'une solution et s'assurer de sa réalisation effective.

### ■ **Conclure et formaliser son intervention**

- Verrouiller les points d'accord et mettre en valeur la solution proposée.
- Savoir prendre congé, en transformant le litige en opportunité d'améliorer la relation commerciale.
- Organiser le suivi et la traçabilité des interventions.