



Maîtriser les fondamentaux de la relation client

Durée: 2 Jours **Réf de cours: GKVSRC** **Version: 2**

Résumé:

Ou comment développer un esprit centré sur la qualité du service

Au-delà de bonnes relations inter-personnelles, cette formation insiste sur la nécessité de développer sa connaissance du client et d'être proactif pour agir sur la fidélisation.

Public visé:

Commercial, ingénieur avant-vente, animateur de réseaux
Tout collaborateur de l'entreprise qui contribue à la réussite de la relation client

Objectifs pédagogiques:

- Identifier, définir, comprendre les principes et comportement clés d'une relation de qualité
 - Développer un esprit centré sur le service, une attitude active et proactive
 - Acquérir les outils, pratiques et méthodes fondamentales pour gérer des situations difficiles
 - Mesurer la fidélité d'un client au-delà de sa satisfaction
 - Savoir gérer les situations difficiles voire conflictuelles
-

Pré-requis:

Maîtriser les techniques influentes pour vendre des solutions.

Après cette formation, nous vous conseillons le(s) module(s) suivant(s):

- GKFRCHA - Maîtriser la relation commerciale avec un service des achats
 - GKMLEC - Développer son assertivité
 - GKPCOM - Mieux se comprendre grâce à la Process Communication©
 - GKRET - Gérer les appels entrants et développer la vente additionnelle
-

Contenu:

Comprendre le mode de fonctionnement d'un client aujourd'hui

- Son niveau d'informations/connaissances avec les nouvelles technologies
- Son appréciation du fournisseur en crédit ou procès d'intention
- Sa capacité d'autonomie à réaliser seul ou de manière accompagnée son achat
- Ce que cela implique sur le métier de vendeur aujourd'hui

« Upgrader » sa fonction dans l'entreprise pour optimiser sa relation client

- Comprendre les enjeux de passer du stade de fournisseur à celui de partenaire
- Aller plus loin dans la relation avec ses interlocuteurs
- Passer du postulat : « je te vends un produit/solution » à « pourquoi je te vends ce produit/solution »

Mon rôle, mes missions et mes atouts pour générer de l'attachement client

- Les différentes étapes de prospect à client
- Ce qui est en mesure de séduire le client
- Comment passer du stade de satisfaction à celui de fidélisation
- Le concept du « Hard »
- Le concept du « Soft »
- Faire évoluer sa posture et sa manière de penser pour développer son exigence à faire les choses

Mon comportement dans la relation à l'autre

- Test sur les positions de vie (à réaliser sur ordinateur)

Les 7 atouts pour optimiser sa relation client

- Prendre un intérêt sincère à l'autre
- Concentrer son attention sur le sujet traité
- Pratiquer le résumé mental systématique
- Garder l'écoute même si l'on croit avoir compris
- Faire préciser et vérifier la bonne compréhension
- Rechercher systématiquement ce qui est positif
- S'imposer le silence

Les canaux de communication

- Etre efficace par mail : Méthode CAP
- Les 3 composantes dans la communication
- Principe pour améliorer sa communication : sur le fond et sur la forme
- La présentation visuelle : source de crédibilité

Optimiser sa relation client, mettre les 7 atouts au service de la relation client dans :

- l'accueil du client
- l'écoute et la compréhension du client
- la création d'un climat de confiance
- la gestion des situations délicates

Transformer un client mécontent en véritable ambassadeur

- Les 4 règles à respecter : Ecouter | Poser des questions | Répondre | Se mettre d'accord sur la véritable nature du problème

Savoir clôturer un conflit et renforcer la relation

- Méthode DESC : Décrire - Exprimer - Suggérer - Conséquences

Mise en pratique :

- Exercice : En groupe, réfléchir sur les évolutions des clients, les nommer et commencer à apporter quelques éléments de réponse sur « comment je vais m'inscrire dans cette mutation pour garantir la satisfaction de mon client en prenant en compte ses motivations. Paper Board + Débriefing
- Exercice : "Dans votre métier, que faites-vous en matière de Hard et que faites-vous en matière de Soft ? Notez et mettez en perspective ce que vous pourriez faire de plus demain sur vos clients stratégiques"
- Exercice : Test numérique sur les positions de vie dans la relation client (à faire sur ordinateur)
- Exercice : S'entraîner à traiter les mécontentements clients en utilisant la méthode

Méthodes pédagogiques :

- Auto-diagnostic des pratiques de fidélisation
- Alternance d'apport de méthode et de mise en œuvre sur les cas des participants
- Mise à disposition d'outils méthodologiques
- Plan de développement personnel en fin de session

Autres moyens pédagogiques et de suivi:

- Compétence du formateur : Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées et ont au minimum cinq ans d'expérience d'animation. Nos équipes ont validé à la fois leurs connaissances techniques (certifications le cas échéant) ainsi que leur compétence pédagogique.
- Suivi d'exécution : Une feuille d'emargement par demi-journée de présence est signée par tous les participants et le formateur.
- Modalités d'évaluation : le participant est invité à s'auto-évaluer par rapport aux objectifs énoncés.
- Chaque participant, à l'issue de la formation, répond à un questionnaire de satisfaction qui est ensuite étudié par nos équipes pédagogiques en vue de maintenir et d'améliorer la qualité de nos prestations.

Délais d'inscription :

- Vous pouvez vous inscrire sur l'une de nos sessions planifiées en inter-entreprises jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la formation sous réserve de disponibilité de places et de labs le cas échéant.
- Votre place sera confirmée à la réception d'un devis ou "booking form" signé. Vous recevrez ensuite la convocation et les modalités d'accès en présentiel ou distanciel.