

# FORMATION RELATION CLIENTS

## 1. Développer votre business auprès de tous vos clients Grands Comptes

### **STRATEG'ACTOR : Adapter votre stratégie et conforter vos relations auprès de tous vos interlocuteurs intervenant chez un Grand Compte**

#### **Objectifs de la formation STRATEG'ACTOR :**

- Définir votre stratégie de conquête et de fidélisation de vos Grands Comptes
- Bâtir votre plan d'actions
- Prospecter et vous introduire chez un Grand Compte
- Étoffer votre portefeuille Grands Comptes

**Population concernée** : Commerciaux dédiés aux Comptes Clés ou aux Grands Comptes

#### **Programme de la formation STRATEG'ACTOR :**

- 1) Définir votre stratégie de conquête et de fidélisation de vos Grands Comptes
  - a) Vous approprier les éléments ouvertement disponibles en amont
  - b) Intégrer les facteurs d'ordre et de désordre chez un Grand Compte
  - c) Appréhender la logique et le mode de fonctionnement du Grand Compte
  - d) Définir votre stratégie de conquête et bâtir votre plan d'actions en conséquence
- 2) Bâtir votre plan d'actions
  - a) Identifier les ressources disponibles
  - b) Optimiser l'adéquation ressources/ temps
- 3) Prospecter et vous introduire chez un Grand Compte
  - a) Organiser votre plan de contact à tous niveaux : décideurs, acheteurs, opérationnels...
  - b) Repérer les besoins et les zones d'influence
  - c) Ecrire une offre orientée client qui réponde aux exigences de chacun
  - d) Se positionner avec habileté en short - list
  - e) Mener avec brio votre oral de présentation et votre négociation face à l'ensemble de vos interlocuteurs
- 4) Étoffer votre portefeuille compte-clefs
  - a) Faire le choix du terrain de jeu en amont
  - b) Appliquer la méthode des 3P pour faire votre marché
  - c) Utiliser à bon escient l'ensemble des ressources internes mobilisables et des outils de communication (NTIC) pour exister auprès de tous vos contacts et fédérer durablement chacun

**Durée** : 2 jours

# FORMATION RELATION CLIENTS

## 2. Professionnaliser l'accueil et améliorer la gestion de la relation client au téléphone

### TEL'ACTOR : Optimiser l'accueil et la relation client au téléphone

#### Objectifs de la formation TEL'ACTOR :

- Prendre à tous niveaux conscience de l'importance de l'accueil dans la relation client
- Prendre en charge le client interne et/ou externe
- Orienter le client vers le bon destinataire
- Traiter la demande en visant à maintenir une qualité relationnelle optimale et à entretenir 'l'esprit service' durant tout l'accompagnement du client

**Population concernée** : Téléconseillers et Personnels Back-Office : ADV, SAV, supports

#### Programme de la formation TEL'ACTOR :

- 1) Prendre à tous niveaux conscience de l'importance de l'accueil dans la relation client :
  - a) Situer l'accueil en général dans la relation client sur la base du QQQOCCP
  - b) Remettre le poste d'accueil au centre de la relation client dans la mesure où il véhicule la première image de l'entreprise
  - c) Adapter votre expression orale et comportementale à la relation au téléphone
  - d) Utiliser (ou pas) un script impactant selon le poste occupé
- 2) Prendre en charge le client interne et/ou externe
  - a) Bien réceptionner un appel entrant : qu'entend- t- on par cela ?
  - b) Donner bonne impression au premier contact alors que rien ne se voit mais tout s'entend : les 7 bons réflexes à adopter systématiquement
  - c) Prendre en charge et/ou mettre en attente lorsque vous êtes déjà occupé
  - d) Identifier les demandes et bien les gérer : les 5 comportements à privilégier et les 5 erreurs à éviter
- 3) Orienter le client vers le bon destinataire
  - a) Passer le relai
  - b) Transmettre les premières informations utiles
- 4) Traiter la demande en visant à maintenir une qualité relationnelle optimale et à entretenir « l'esprit service » durant tout l'accompagnement du client
  - a) Répondre aux attentes sur le fond comme sur la forme
  - b) Gérer les situations pénibles rencontrées au téléphone : les 4 attitudes gagnantes face à une situation difficile
  - c) Traiter les insatisfactions et les frustrations comme il se doit
  - d) Rester dans son périmètre de décision
  - e) Passer la main lorsque cela s'avère nécessaire

**Durée** : 2 jours

## FORMATION RELATION CLIENTS 3. Transformer plus de visites sur stand ou magasin en contacts utiles et/ou en ventes

### DEMONSTRAT'OR : Face à des clients plus connectés et une concurrence accrue, exploiter mieux chaque visite

#### Objectifs de la formation DEMONSTRAT'OR :

- Prendre conscience de la complexité et de la difficulté de votre tâche : être un grand vendeur en magasin / un grand démonstrateur sur un stand en foire et/ou salon
- Mieux cerner les attentes de tous vos visiteurs
- Cibler votre approche selon le profil et les attentes de vos visiteurs
- Transformer plus de visites en ventes en magasin et/ou plus de contacts en RDV utiles sur un stand

Population concernée : Commerçants et vendeurs en boutique, foires et/ou salons

#### Programme de la formation DEMONSTRAT'OR :

- 1) Prendre conscience de la complexité et de la difficulté de votre tâche : être un grand vendeur en magasin / un grand démonstrateur sur un stand en foire et/ou salon
  - a) Appréhender votre rôle au regard de l'évolution de votre environnement professionnel
  - b) Comprendre que les anciennes règles ne fonctionnent plus vis-à-vis de l'approche commerciale entre un vendeur et un client à l'heure du digital
  - c) Identifier les 3 leviers sur lesquels repose la réussite de votre mission
  - d) Vous poser toutes les bonnes questions par rapport à votre profil et votre personnalité
- 2) Mieux cerner les attentes de tous vos visiteurs
  - a) Comprendre les enjeux propres à chacun dans la relation interpersonnelle
  - b) Cerner les attentes en matière d'approche commerciale et de relations interpersonnelles
- 3) Cibler votre approche
  - a) Identifier les profils de vos visiteurs à travers des comportements spécifiques
  - b) Adapter votre démarche aux attentes de chacun de vos visiteurs selon leur profil
- 4) Transformer plus de visites en ventes en magasin et/ou plus de contacts en rdv utiles en foire / salon à l'heure du tout digital en adaptant votre stratégie et votre approche au profil de chacun de vos visiteurs
  - a) Séquence 1 : L'accueil dans la surface de 'vente' ou de démonstration et la prise de contact
  - b) Séquence 2 : La découverte des attentes et des motivations d'achat
  - c) Séquence 3 : La captation du visiteur par une approche conseil (vente one shot, vente additionnelle et vente suggestive)
  - d) Séquence 4 : La finalisation de la vente produit (et/ou de la visite en rdv)
  - e) Séquence 5 : L'accompagnement en caisse, l'encaissement en magasin, l'emballage
  - f) Séquence 6 : La confortation de la relation et de la vente et la prise de congés

Durée : 2 jours

## FORMATION RELATION CLIENTS 4. Tirer profit des litiges et réclamations pour renforcer la satisfaction de vos clients

### **SATISFACT'OR : Mieux gérer les insatisfactions et frustrations clients**

#### **Objectifs de la formation SATISFACT'OR :**

- Mieux identifier les sources d'insatisfaction clients et en appréhender les conséquences potentielles
- Développer votre culture client, votre esprit service pour mieux gérer toutes les demandes particulières
- Traiter les litiges de façon constructive afin de reconsolider la confiance du client
- Gérer avec soin les réclamations en visant la satisfaction durable du client mécontent

**Population concernée** : Tout public concerné par la relation client interne ou externe

#### **Programme de la formation SATISFACT'OR :**

- 1) Mieux identifier les sources d'insatisfaction clients et en appréhender les conséquences potentielles
  - a) Comprendre les leviers sur lesquels repose la satisfaction client
  - b) Appréhender les conséquences d'une non satisfaction
  - c) Favoriser l'expression d'une non satisfaction pour en limiter l'impact
- 2) Développer votre culture client et l'esprit de service pour mieux gérer toutes les demandes particulières :
  - a) Défendre un délai de réponse, une procédure face au client
  - b) Gérer une demande en dehors du champ d'action du service...
- 3) Traiter les litiges de façon constructive afin de reconsolider la confiance du client
  - a) Reconnaître le problème, demander des faits
  - b) Faire tomber la pression et la tension (laisser le sac se vider)
  - c) Indiquer les règles du jeu et les limites de votre champ d'action
  - d) Prendre du recul et éviter de réagir de façon inadaptée
  - e) Apporter une réponse adaptée à l'enjeu et à la personnalité du client de façon à traiter le différend avec à propos
  - f) Conclure positivement l'échange en insistant sur la volonté de pérenniser la relation et en cherchant à mesurer la satisfaction restaurée chez le client
- 4) Gérer avec soin les réclamations en visant la satisfaction durable du client mécontent
  - a) Traitez le différend sans délai
  - b) Prenez du recul
  - c) Utiliser l'approche CARA dans votre retour
  - d) Tirer profit de la situation pour mesurer la satisfaction restaurée chez le client

**Durée** : 2 jours