

Penser Client

PUBLIC CONCERNE

- ▶ Toute personne en contact client

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- ▶ Identifier les moments clés où se joue la fidélité du client.
- ▶ Valoriser la personnalité de l'entreprise et ses produits
- ▶ Développer les comportements adaptés,
- ▶ Faire face efficacement aux situations diverses

PRE-REQUIS

Aucun pré-requis

DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

Durée (en jour et en heures): 2 journées + 1 journée

Modalités pratiques : présentiel

Nombre de stagiaires (à titre de recommandation) : 8

FORMATEUR

- ▶ Didier Serrant

MOYENS PEDAGOGIQUES & TECHNIQUES

- ▶ Form'Action, méthode interactive et participative qui fait appel aux expériences professionnelles de chaque participant.
- ▶ Apports théoriques illustrés par des exemples concrets et réels
- ▶ Jeux de rôles et simulations
- ▶ Exercices individuels et collectifs

MODALITES DE SUIVI ET MODE D'EVALUATION

- ▶ Quizz d'évaluation des acquis pédagogiques
- ▶ Correction orale et collective avec l'intervenant
- ▶ Feuille de présence signée par chaque participant à chaque demi-journée.
- ▶ Fiches d'évaluation complétées par le formateur et par les participants.
- ▶ Attestation de formation

CONTENU DE LA FORMATION / DEROULE

Séquence
Comprendre les enjeux de la relation client <ul style="list-style-type: none">• Sur l'image de l'entreprise• Sur l'organisation• Sur la marque• Sur sa propre mission
Connaître les fondements de la relation client <ul style="list-style-type: none">• De la transaction à la relation• Notion de client à vie• Connaissance client• Personnalisation• Valeurs et engagements
Identifier les attentes des clients <ul style="list-style-type: none">• Qui sont nos clients : typologie des clients (internes et externes)• Quelles sont leurs attentes et leurs exigences ?• Les ressorts de la satisfaction du client• Identifier les "moments de vérité" de la relation client.• Maîtriser les émotions favorables au développement de la fidélisation du client.• Réussir sa relation émotionnelle.
Adopter les comportements orientés clients <ul style="list-style-type: none">• Etat d'esprit• Ecoute active• Empathie• Synchronisation• Assertivité• Langage verbal, non verbal
Gérer sa relation client <ul style="list-style-type: none">• Se fixer des objectifs pour chaque client• Développer la qualité de service• Véhiculer une image positive de l'entreprise / du service• Créer de l'opportunité dans la relation client,• Etre proactif,• Penser gagnant-gagnant,

TARIF

Intra entreprise : 1 900€ H.T / jour - Autres formats et demandes spécifiques sur devis.

DISPONIBILITE DE REALISATION

Dans le mois qui suit la commande sous réserve de la disponibilité du/des formateur(s) /trice(s).