



Techniques et attitudes commerciales pour non commerciaux



2 J (14 heures)

Public

Techniciens devant développer une relation de confiance et de fidélisation envers les clients

Pré-requis

Aucun

Méthodes et moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue
Questionnaire préalable de positionnement
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif
Vidéo projecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émergée par demi-journée par les stagiaires et le formateur
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires
Attestation de fin de formation

Objectifs :

Développer une démarche commerciale de qualité
Identifier les techniques de communication interpersonnelle
Fidéliser la relation client par un comportement adapté

Programme détaillé :

DEFINIR LA NOTION DE « DEMARCHE COMMERCIALE »

La définition et les enjeux de la relation client pour l'entreprise
Les étapes de vente d'une démarche commerciale
Les acteurs et les composantes de la relation clientèle

IDENTIFIER LES COMPORTEMENTS POSITIFS DANS LA RELATION CLIENTELE

La communication verbale : ce qu'il faut dire et éviter de dire

La communication non verbale : les gestes et postures de la confiance réciproque

Les techniques de communication commerciale

DEVELOPPER SON AISANCE RELATIONNELLE FACE AU CLIENT

L'adaptation aux différentes typologies de client

L'assertivité et la confiance en soi

L'écoute active et la synchronisation

MAITRISER SA PRESENTATION PERSONNELLE ET CELLE DE L'ENTREPRISE

La prise de contact

La valorisation de soi et de l'entreprise

Le climat de confiance

DECOUVRIR LES BESOINS ET LES ATTENTES DU CLIENT

Les besoins et attentes du client

Les techniques de questionnement

Les motivations d'achat

GERER LES CONFLITS ET PRATIQUER LA FIDELISATION CLIENTELE

La gestion des comportements difficiles

Les méthodes de traitements des objections

La notion de satisfaction clientèle