

ESPRIT CLIENT, SERVICE GAGNANT

par Anne DELESTAN

«En matière commerciale, le succès vient davantage de l'attitude que de l'aptitude» (Michael AGUILAR)

FORMATEUR/TRICE

Spécialisée en progrès managérial et en posture commerciale relationnelle, facilitatrice d'évolution et de changement, Anne Delestan est aussi membre de l'Association Française des Conférenciers Professionnels (AFCP), membre et coach solidaire au sein de l'Association Européenne de Coaching (EMCC) et coach bénévole auprès de l'association Force Femmes.

OBJECTIFS, BENEFICES

- Appréhender les enjeux de la relation avec le client
- Comprendre son rôle dans la qualité du service rendu
- Développer une présence et une attention authentique au client
- S'entraîner sur les situations rencontrées lors de la relation client

CONTENU, PROGRAMME

Jour 1 :

- Mieux comprendre le client pour mieux communiquer sur son offre
- Clarifier sa vision de la relation client et de ses talents de commercial
- Comprendre le client
- Les 4 étapes de la satisfaction client
- S'approprier les ressorts émotionnels du client
- L'effet «engagement»
- L'ICE communication

Activité expérientielle –témoignage –jeu collectif–échanges de pratiques –vidéos

Matin:

- Représentation symbolique de la relation client
- Recueil des attentes
- Objectifs du module et règles d'accordance
- La recette des meilleures expériences clients au travers du vécu des participants
- Appréhender les ressorts émotionnels

Après-midi:

- Les 10 ressorts émotionnels reliés au cycle de la satisfaction client
- La relation client et la philosophie de l'accueil client
- Les 4 étapes de la satisfaction client
- Reconnaître les styles de clients
- La posture «Caméléon» pour s'adapter aux différents styles de clients
- Accrocher ses clients dès les premières minutes grâce à l'ICE communication

Jour 2:

- Se développer dans la posture orientée client
- Muscler l'ICE de son offre
- Reconnaître les besoins de ses clients
- Aiguiser son argumentaire: le CAP de son offre
- Les objections et situations délicates comme leviers d'adhésion
- Faire vivre des expériences à ses clients

Exercices d'entraînement–simulation –vidéos–bac à sable «master class»

Matin:

- Inclusion et ancrage des apports du J1
- Muscler l'ICE de son offre
- Les attitudes «satisfaction client» pour découvrir et conseiller
- Explorer et discerner le besoin client
- Argumenter avec influence avec le CAP de son offre

Après-midi:

- Transformer les objections en leviers d'adhésion
- Enclencher le désir d'achat du client
- Masterclass rétrospective des deux jours

METHODE ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques et méthodologiques. Pédagogie active centrée sur : Apport de grilles d'analyse / Etudes de cas / Travail sur vos cas réels / Jeu collectif / Simulation

L'accent est mis sur la prise de recul, le jeu et la mise en action pour favoriser la flexibilité, la prise de décision et la créativité.

