

## Formation Gestion de la relation client

<b>Durée :</b>	2 jours
<b>Public :</b>	Acteurs non commerciaux en charge de gérer des relations clients
<b>Pré-requis :</b>	Aucun
<b>Objectifs :</b>	Acquérir et maîtriser les fondamentaux de la relation client - Développer un relationnel adapté auprès des interlocuteurs clients - Adapter son discours en fonction des profils clients et du contexte - Assurer un suivi qualitatif des prestations vendues - Assurer des remontées d'informations et d'alertes pertinentes auprès des autres services de l'entreprise - Bien présenter son entreprise et/ou son organisation et défendre ses intérêts en préservant une bonne relation client - Développer l'empathie - Apprendre à se contrôler et faire preuve de patience dans des situations tendues - Apprendre à bien se préparer avant d'opérer une visite client : préparation matérielle et psychologique - Faire preuve de pédagogie pour expliquer des sujets techniques parfois pouvant être perçus comme complexes - Traiter les objections réelles ou alibis - Etre force de proposition pour générer des prestations additionnelles - Anticiper, désamorcer et gérer des conflits ou tensions avec les clients
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	DéV100900-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,15 / 5

### Rappels sur les enjeux d'une relation client / fournisseur pérenne

- Le client : rappels et notions fondamentales
- Respects des engagements contractuels
- Les attentes du client / contrat de service
- Le sens du service dans un contexte marché hyper concurrentiel
- La nécessité de fidéliser à tous les niveaux

### Fondamentaux sur la communication interpersonnelle dans un contexte client / prestataire

- Principes de base des règles de communication: émetteur récepteur, distorsion
- Le verbal et l'importance du non verbal
- L'empathie
- S'adapter à chaque client
- Opérer une bonne prise de contact
- Poser les bonnes questions

L'écoute active  
Les techniques de reformulation  
Etre pédagogue et patient  
La formulation positive, travailler son discours  
Bien comprendre les besoins et cerner les problèmes réels et non présumés ou ressentis  
Faire preuve de discernement / demandes clients  
Lâcher du lest  
Savoir dire non avec tact  
Techniques de traitement des objections  
Effectuer une bonne prise de congé  
Respecter les engagements pris et assurer un suivi de qualité  
Savoir être force de proposition pour générer des ventes et services complémentaires  
Remonter les informations, problèmes, dysfonctionnements et alerter sa hiérarchie à bon escient

**Atelier : témoignages et mises en situations filmées**

**Maîtriser la communication écrite**

Rappels

**Bien gérer des RDV et/ou réunions de crises avec plusieurs interlocuteurs**

Rappels et bonnes pratiques

**Gestion des relations tendues et/ou conflictuelles avec les clients**

Rappels fondamentaux sur les conflits interpersonnels et commerciaux  
Les différents types de conflits dans un contexte client fournisseur  
Anticiper et devancer les problèmes avant d'entrer en zone conflictuelle  
Quelques méthodes de résolutions de conflits

**Atelier : témoignages et mises en situations filmées**