

PUBLIC

Dirigeant(e), responsable commercial, chargé(e) de clientèle

PREREQUIS

Avoir une expérience en management de la clientèle

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la relation client et du sens commercial
Savoir dynamiser les ventes
Mieux appréhender les profils des clients
Acquérir des techniques de vente

DUREE

Formation sur mesure (durée indicative : 2 jours)

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

Evaluation des besoins de formation de l'entreprise
Convention de formation entre Cabinet 2A et l'entreprise définissant les modalités d'organisation de la formation en intra

TARIF

Voir les conditions tarifaires

METHODES MOBILISEES

Formation – action organisée sous la forme d'apports méthodologiques, de mise en situation, d'études de cas, de jeu de rôle et de retour sur expérience

MODALITES D'EVALUATION

Evaluation in itinere avec échange sur la base d'une fiche d'évaluation
Evaluation à posteriori, après l'intersession, sur la base des retours sur les pratiques managériales et d'une fiche d'évaluation
Remise d'une attestation de formation à l'issue de la prestation

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Le cabinet n'organise que des sessions de formation en intra.
Pour les formations se déroulant au sein de l'entreprise : modalités d'accès propres à l'entreprise.
Pour les formations se déroulant en dehors de l'entreprise : salles de formation de plain-pied remplissant les conditions d'accessibilité aux personnes handicapées

CONTACTS – REFERENTS PEDAGOGIQUES ET ADMINISTRATIFS

Abdelaali ABOU-OUAKIL

CONTENU

MODULE 1 : LA VENTE

- Identifier la clientèle
- Prendre contact dans la phase d'accueil
- Établir un climat de confiance
- Identifier les besoins, les attentes du client, analyser ses réactions
- Attitudes et comportements à adopter

MODULE 2 : L'ACTE COMMERCIAL DANS LES DIFFERENTES PHASES DE LA RELATION CLIENT

- Bien connaître ses prestations
- Valoriser ses produits par ses propositions
- Renforcer sa confiance en soi pour être persuasif
- Savoir présenter ses prestations
- Apprendre à écouter le client pour saisir les opportunités
- Bâtir un argumentaire de vente
- La vente additionnelle : tactiques et astuces
- Conclure avec professionnalisme et courtoisie
- Prendre congé

MODULE 3 : MANAGER LA RELATION CLIENTELE

- Avoir une écoute active avec le client
- Fidéliser le client et maintenir des liens de confiance avec lui
- Communiquer par le verbal et par « le non verbal »
- Donner envie au client de devenir fidèle

MODULE 4 : RETOUR SUR EXPERIENCES ET CAPITALISATION DES CONNAISSANCES

- Etat des lieux et analyse des pratiques : les succès et les échecs
- Comprendre les difficultés rencontrées
- Approfondissement des méthodes et des outils