

**Durée :** 12h.

**Public :**

Commercial, technico-commercial, key account manager... Dernière MAJ : Avril 2024

**Objectifs :**

Identifier les caractéristiques fondamentales de la vente. Comprendre l'importance et les enjeux de la qualité de la relation client.

Acquérir des techniques de communication et les qualités relationnelles pour communiquer de façon positive.

**Pré-requis :**

Alternance d'apports théoriques et mises en situation, formation opérationnelle illustrée par de nombreux exemples issus de cas réels. Au cours de la formation, chaque participant élabore son plan d'actions. Formation ludique & concrète.

**Méthodes :**

Mises en situation intensives et jeux pédagogiques, auto diagnostic, quizz, jeux de rôle enregistrés. Construction d'outils transposés au contexte professionnel.

**Evaluation :**

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Dernière MAJ : Avril 2024

## Les enjeux d'une relation client de qualité

Attitudes fondamentales dans la satisfaction des besoins du client

Recevoir et accueillir un client comme on souhaite l'être

Véhiculer une image positive en toute circonstance

La parole doit être impeccable

Etre ambassadeur du groupe

Mettre le client au cœur des échanges

Développer son sens de l'empathie

## Mettre en place les attitudes qui feront la différence

Personnaliser le contact, créer du lien

Adopter la bonne posture

Apprendre à écouter, à rassurer en adaptant son discours

Accompagner le client dans sa recherche, son besoin

Reformuler pour s'assurer que l'on a compris sa demande

La communication verbale, la communication non verbale

Se démarquer

## Adapter son approche commerciale au profil de ses clients

Repérer le canal de communication privilégié de son client

Cibler et adapter sa communication à chaque étape clé de la vente

Comprendre les mécanismes comportementaux pour mieux découvrir les besoins, traiter les objections et conclure

Soigner son argumentaire en fonction des besoins psychologiques du client, au-delà du besoin opérationnel

## La découverte, l'art du questionnement

Questionner avec précision : questions ouvertes, questions fermées

L'écoute active, analyse des principaux pièges

Les pratiques efficaces pour écouter activement et gérer le silence

Pertinence du questionnement en entonnoir, la découverte des attentes

Questionner pour clarifier les réponses du client

## Argumenter sa proposition avec une attitude gagnante

Les qualités d'un bon argumentaire structuré, les règles d'or

Présenter son produit de façon claire

Intégrer la vente additionnelle

Défendre ses marges et ses conditions

Obtenir la validation du client

Reformuler la confirmation de l'engagement du client

## Compléter son offre

Détecter les prestations complémentaires par une découverte pertinente

Quels produits ou services ? Pour qui ?

Susciter le besoin chez son client

Faire le lien avec les besoins exprimés lors de la découverte