

Cette formation est essentielle parmi les 2 autres formations de la mallette du dirigeant dans la catégorie Marketing et communication, dans le but de développer vos ventes en travaillant sur une stratégie commerciale et de négociation.

Réf. : PRO518-V1 – 06/03/2019

Durée :
4 Jours - (28 Heures)

Prérequis :
Aucun prérequis nécessaire

Modalités d'accès à la formation :

Aucun

Public :

Dirigeant d'entreprise et conjoints collaborateurs, inscrits à l'URSSAF en qualité de travailleurs non-salariés, ressortissants de l'AGEFICE⁽¹⁾, Ce programme est destiné à ceux souhaitant être appuyés pour consolider et développer leur entreprise sur une stratégie marketing

(1) Visiter le site : communication-agefice.fr

Profil des intervenants :

Formateur issu de la vente/commercial/ distribution

Nombre de participants : 1 à 5

Date : Voir convention

Lieu : INTRA

Coût de formation : 1400 € HT/stagiaire

Objectifs :

- Connaître l'importance de la relation client
- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

Méthode et moyens pédagogique :

- Formation structurée en modules indépendants comprenant chacun trois phases : présentation d'une situation d'usage, explications des méthodes et outils logiciels nécessaires, mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise.

Outils pédagogique :

- Supports papiers

Formalisation à l'issue de la formation :

- Attestation de fin de stage

Evaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie + Evaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire

PROGRAMME

JOUR 1 :

La relation client

Identifier les parties prenantes de la relation commerciale

Comprendre les enjeux de la relation client :

- L'image
- Le chiffre d'affaire
- La fidélisation

Comprendre les attentes du client

Gestion de la relation client :

- Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
- Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
- Détecter les attentes du client
- Mettre en valeur une solution
- Accepter critiques et objections

Gestion des réclamations et insatisfactions

- Faire face aux situations délicates :
 - Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
 - Savoir refuser en préservant la relation
 - Gérer un incident, une insatisfaction

Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

JOUR 2 :

Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer :

Préparer sa prospection :

- Définir sa cible de prospects
- Constituer son fichier prospects
- Fixer ses objectifs de prospection
- Se mettre en conditions optimales

Techniques de communication téléphonique :

- Savoir se présenter et susciter l'intérêt
- Savoir franchir le barrage du secrétariat
- Développer une écoute active
- Détecter les besoins du prospect
- Rédiger son scénario téléphonique
- Se préparer aux objections des prospects

Cette formation est essentielle parmi les 2 autres formations de la mallette du dirigeant dans la catégorie Marketing et communication, dans le but de développer vos ventes en travaillant sur une stratégie commerciale et de négociation.

JOUR 3 :

Entretien de négociation :

Négocier, c'est quoi ? :

La préparation de l'entretien de négociation :

- Les objectifs (court, moyen et long terme)
- Le timing de l'entretien
- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion

Les éléments en jeu en négociation :

- Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
- Les attitudes relationnelles
- Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
- Les pièges de l'argumentation

Basculer sur la vente :

- Développer un argumentaire commercial
- Comprendre les différentes étapes de l'entreprise de vente
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

Les enjeux de la gestion de situations difficiles :

Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence :

- Le client arrogant
- Le client chronophage
- Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
- Le « bon copain »
- Le client pointilleux
- Le client râleur/contestataire/protestataire
- Le client éternellement insatisfait
- Le client versatile
- Le client mutique, la communication difficile

JOUR 4 :

Résoudre et désamorcer les situations de conflit :

Comprendre l'insatisfaction d'un client :

- Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
- Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
- Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction

Ouvrir le dialogue :

- Pratiquer l'écoute active
- Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
- Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
- Le choix des mots
- La posture
- L'attitude mentale (son état d'esprit)

Rechercher des solutions :

- Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
- Chercher des points d'accord
- Construire une posture gagnant/gagnant
- Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
- Suivre les réalisations et analyser les écarts

Savoir mettre fin à l'échange.

Tirer des enseignements des situations de conflits :

- Repérer les incidents fréquents
- Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
- Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
- Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits