

Objectifs :	
<p>Etre capable de comprendre les enjeux de la Gestion de la Relation Client de maîtriser les concepts de base, de maîtriser les techniques opérationnelles, de formaliser les modes opératoires et les processus clients</p> <p>Identifier les enjeux d'une relation de qualité</p> <p>Repérer les attentes de vos interlocuteurs</p> <p>Aborder sereinement la communication en face à face et autéléphone</p> <p>Utiliser les techniques de questionnement et de reformulation</p> <p>Gérer un litige client</p> <p>S'affirmer face à une situation difficile</p> <p>Transformer un rendez-vous prospect en rendez-vous client</p>	
PUBLIC	Elle s'adresse à toute personne en relation avec des clients, que ce soit en face-à-face ou au téléphone.
PRE REQUIS	Aucun
ORGANISATION	Durée : 2 Jours (14h) Matériel : Un support de cours + pc Nombre de Stagiaires : Minimum : 1 personne et Maximum : 8/10 personnes
FORMATEUR	Formateur ayant une expérience confirmée du marketing et du commercial
PEDAGOGIE	Des supports de formation - L'usage d'un vidéoprojecteur. Cette formation comprendra de la théorie et de la mise en pratique avec des jeux de rôle, des mises en situations et des exercices qui s'appuieront sur des données et des situations vécues du stagiaire. Toutes les méthodes d'apprentissage seront utilisées: Active, expositive, expérimentale et interrogative. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
HANDICAP	Notre centre de formation est engagé dans une politique du handicap, à consulter sur notre site internet à l'adresse suivante https://www.borg-services.com/politique-handicap/

PROGRAMME	
<p>Identifier les enjeux d'une relation de qualité</p> <p>Traduire la stratégie d'entreprise en relation client</p> <p>L'image de l'entreprise</p> <p>La satisfaction et la fidélisation client</p> <p>Repérer les attentes de vos interlocuteurs</p> <p>L'identité des interlocuteurs</p> <p>Les attentes et demandes client</p> <p>S'adapter à son interlocuteur</p> <p>Les profils clients</p> <p>Aborder sereinement la communication en face à face et au téléphone</p> <p>La communication verbale</p> <p>S'affirmer dans la relation client (communication interpersonnelle)</p> <p>Donner une image chaleureuse</p>	<p>Utiliser les techniques d'écoute et de questionnement</p> <p>Maîtriser l'écoute active</p> <p>Les différents types de questions</p> <p>Pratiquer la reformulation</p> <p>S'affirmer face à une situation difficile</p> <p>Faire face à la passivité, l'agressivité, la manipulation</p> <p>Maîtriser la posture assertive</p> <p>Transformer un rendez-vous prospect en rendez-vous client & négociateur</p> <p>Transformer un rendez-vous prospect en rendez-vous client</p> <p>Annoncer le prix</p> <p>Traiter une objection avec la méthode de l'ARC</p> <p>Pratiquer la Négociation (Opération Gagnant Gagnant)</p>