OPTIMISER LA RELATION CLIENT

Durée
8 heures

Date début prochaine session
sur inscription

Nb places dispo.
/

Langue
/

LIEU DE LA FORMATION

IFSB - Possibilité de réalisation intra entreprise
Référence : M4003
Formateurs : Professionels du secteur
Partenariat : Cette formation est organisée en partenariat avec Progress Communication et Management.
Effectif max : 12 participants
Langue : FR
Tarif : 475,00 € HTVA
Tarif membre : 395,00 € HTVA

ACCÈS AU LIEU DE FORMATION

INSTITUT DE FORMATION SECTORIEL DU BATIMENT SA.

PUBLIC CIBLÉ

Toute personne en relation avec des clients.

OBJECTIF

- Considérer le Client comme l'élément essentiel de notre activité et le prendre complètement en charge.
- Construire une démarche "Satisfaction du Client" en permanence, en allant à la rencontre de ses attentes.
- Créer la volonté chez chacun de réellement écouter le "Client".
- Sensibiliser tout collaborateur de l'Entreprise à la notion de "solution" et non de problème...
- Mettre en place une image active de qualité dans toutes nos interventions.
- Etablir une bonne relation dans la durée et renforcer sans cesse la pérennité de celle-ci.

CONTENU DE LA FORMATION

L'Entreprise et le Client

- Le niveau de qualité idéal et la mesure de la situation actuelle.
- Les contacts du Client avec son fournis-seur sont-ils une "corvée" ?
- Vos Clients sont-ils les personnages les plus importants de votre Entreprise ?
- L'orientation "solution" et comment la mettre en place.
- Le renforcement de l'image active de notre Entreprise.
- La société de services et sa mise en place à tous niveaux.
- L'organisation centrée sur le Client.
- Votre image et votre image active : analyse du vécu actuel.

Le Client aujourd'hui

- Les Clients se plaignent rarement !
- Le Client aujourd'hui : rationnel, adulte, conscient, exigeant...
- Comprendre son comportement et ses attentes, accepter le Client comme il est et s'adapter en fixant nos limites.
- Découvrir et satisfaire les besoins du Client.
- Les attentes du Client.

L'analyse de l'existant

- L'état des lieux du service et/ou de l'Entreprise : Autodiagnostic de qualité.
- Comment tendre vers l'idéal attendu (scénario idéal et catastrophe)
- Qualités objectives et subjectives du ser-vice rendu au Client.
- Le développement "marketing" de l'En-treprise.
- Analyse de la communication et de l'image "univoque" de l'Entreprise et suppression des combats internes.
- Projection dans le futur et mise en évidence des concurrences possibles.

Mise en place de la qualité

- Les 10 règles d'or de l'Entreprise performante.
- Mise en place d'une charte du Client.
- La gestion des Clients et des situations difficiles.
- Prendre en charge toutes les demandes faites par le Client.
- Les méthodes de relaxation en période de tension.
- Tenir les promesses.
- L'accueil physique et téléphonique : règles du jeu.
- La gestion des plaintes.

Les solutions

- Maîtrise de l'écoute et des techniques d'entretien (questionnement, empathie, assertivité).
- Gérer les insatisfactions du Client.

- Accélérer la recherche de solutions « win-win ».
- Orienter le Client vers ladite solution (le bon service, la bonne personne, le bon moment, etc.).
- Le soin à apporter à la voix, au rythme, à l'intonation, à la maîtrise de soi.
- Le langage KISS.
- Gérer les Clients agressifs et/ou manipulateurs.
- Le renforcement de la performance.

Les entretiens avec le Client

- L'Entreprise, « sourire compris ».
- Les mots et les phrases "barbelés" qui nous énervent en tant que Client.
- Le premier contact ou les "4 x 20".
- La valorisation du Client.
- Etablir une dialectique positive.
- "Un Client qui rouspète est un bon Client".
- La défense de l'image de marque de l'Entreprise.

Plan d'action

PRÉ-REQUIS DE RECEVABILITÉ DE L’INSCRIPTION

Aucun

PÉDAGOGIE

Très interactif, ce cours comporte de nombreux exercices et jeux de rôle avec mise en situation pour consolider les apprentissages théoriques.