

La capacité des entreprises à atteindre leurs objectifs ne peut plus s'envisager aujourd'hui par la seule différenciation de leurs produits et services. Alors que les produits se banalisent de plus en plus, les entreprises cherchent à se démarquer par le service client et par la communication en externe comme en interne. En effet, chacun est concerné et contribue à la satisfaction finale du client, d'autant plus que ce dernier, de plus en plus exigeant, est prêt à mettre l'entreprise en cause s'il ne sent pas respecté et considéré. Autrement dit, la qualité du service et des échanges représente un atout compétitif majeur et un moyen de fidélisation performant sur lesquels miser.

Objectifs

- ➔ Faire de la qualité de service un atout majeur pour fidéliser les clients
- ➔ Exercer son métier avec une satisfaction réciproque, celle du client et la sienne
- ➔ Etablir une relation client fondée sur le respect et la considération

Compétences développées

- ➔ Définir la chaîne de service et les attentes des clients
- ➔ Mesurer l'importance de votre propre rôle dans la relation client
- ➔ Comprendre les relations entre les besoins personnels et les comportements des individus pour adapter sa communication à chaque interlocuteur
- ➔ Etablir une communication gagnant-gagnant
- ➔ Utiliser les techniques de communication de façon consciente et appropriée pour favoriser les échanges (écouter, poser des questions, reconnaître et informer)
- ➔ Définir le Processus d'Orientation Client pour mieux se situer dans l'entretien sans brûler les étapes
- ➔ Développer la maîtrise des techniques de communication dans chaque phase du processus d'orientation client pour optimiser vos entretiens clients
- ➔ Gérer les difficultés qui peuvent apparaître dans la relation telles que l'insatisfaction, le malentendu et le scepticisme pour pouvoir les dépasser et fidéliser le client
- ➔ Suivre la relation client pour qu'il garde le souvenir d'une expérience positive et pour anticiper de nouveaux besoins

Bénéfices pour l'entreprise

- ➔ Fidéliser la clientèle par un service personnalisé et de qualité
- ➔ Développer la performance grâce à des clients et des collaborateurs satisfaits
- ➔ Diminuer le stress grâce au professionnalisme et au contrôle de sa communication

Méthode pédagogique

- La méthode pédagogique associe trois principes :
 - la progressivité
 - l'application au métier
 - l'interactivité
- Les activités pédagogiques sont fondées sur :
 - la prise de conscience : jeux de sensibilisation
 - l'acquisition : présentations, lecture et exercices interactifs
 - l'analyse et le partage d'expériences : discussions
 - l'entraînement : travaux en sous-groupes, jeux de rôles

Modalités pratiques

- Nombre de participants
 - 9 maximum
- Durée du séminaire
 - 2 jours
- Pré-requis
 - Personnes en contact avec les clients externes et internes, face à face ou téléphone

Une approche sur-mesure

*Le contenu de la formation est spécifiquement adapté
au métier des participants et en lien avec
la stratégie de votre entreprise*