

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel où tous les produits se ressemblent et où les clients deviennent de plus en plus exigeants, le métier de commercial devient de plus en plus difficile. Pour réussir aujourd'hui, il est essentiel de comprendre ce que recherchent les clients et comment ils prennent leurs décisions d'achat. Le processus d'orientation client est fondé sur une approche de vente globale, orientée client, qui vous permettra de réaliser vos objectifs tout en apportant une valeur ajoutée.

Objectifs

- ➔ Développer des relations clients à partir d'une approche de vente globale
- ➔ Elargir l'équipement des clients existants
- ➔ Gagner de nouveaux clients
- ➔ Fidéliser les clients dans une relation fondée sur le respect et la considération

Compétences développées

- ➔ Comprendre les motivations d'achat des clients
- ➔ Comprendre le processus d'achat des clients
- ➔ Mettre en oeuvre une vente orientée client
- ➔ Etablir une communication gagnant-gagnant
- ➔ Utiliser les techniques de communication de façon consciente et appropriée
 - Ecouter, poser des questions, reconnaître et informer
- ➔ Développer la démarche d'approche globale
 - Préparer l'entretien
 - Etablir le climat de confiance
 - Comprendre et traiter la demande
 - Découvrir la situation et les objectifs du client
 - Faire une recommandation
 - Obtenir l'engagement
- ➔ Gérer les difficultés qui peuvent apparaître dans la relation client (indifférence, incapacité, malentendu, objection)
- ➔ Suivre la relation client

Bénéfices pour l'entreprise

- ➔ Développer une culture commerciale orientée client
- ➔ Fidéliser votre clientèle

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, étude de cas, jeux de rôles

Modalités pratiques

- Nombre de participants
 - 6 à 9 maximum
- Durée du séminaire
 - 3 jours
- Population
 - Conseillers clientèle sur le marché des particuliers

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*