

Public :

Tout collaborateur qui entre directement ou indirectement en contact avec un client de l'entreprise, c'est-à-dire la plupart des collaborateurs (ingénieurs, techniciens, administratifs...)

Pré-requis : aucun pré-requis n'est nécessaire pour participer à cette formation

Durée : 2 jours (14 heures)

Groupe : de 2 à 10 personnes

Objectifs :

- Augmenter son potentiel d'écoute, de dialogue et son pouvoir de conviction
- Jouer un rôle actif dans l'approche et la fidélisation du client

Méthode Pédagogique :**✓ Présentiel + e-Learning**

- formation pragmatique axée sur des cas concrets
- participation active qui vous permettra de mettre immédiatement en pratique les bons comportements orientés clients

Moyens pédagogiques :**✓ Serious Game LEADERCRAFT®**

- tableau blanc
- vidéoprojecteur
- connexion Internet

Le+ : continuer la formation avec **LEADERCRAFT®**

Référence :

A15 COMMERCIAL 2

NOUS SOMMES TOUS DES COMMERCIAUX

Le commercial pour les non-commerciaux

Chaque collaborateur est amené, tôt ou tard, à entrer en contact avec les clients de son entreprise et est donc concerné par la fonction commerciale. Par conséquent, il est fondamental que chacun, dans l'entreprise, puisse adopter les bons comportements commerciaux en étant, en toute occasion, orienté vers la satisfaction des clients.

LES BASES DE LA RELATION COMMERCIALE

- Qu'est-ce que la relation client et qu'implique-t-elle ?
- Le client au cœur des préoccupations de l'entreprise

SE CONNAITRE SOI-MEME POUR MIEUX COMPRENDRE LA DEMANDE DU CLIENT

- Analyser la façon dont nous nous comportons face au client en s'auto-diagnostiquant
- Utiliser nos points forts pour en faire des atouts et savoir mesurer notre potentiel de progrès

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

- De la nécessité de bien savoir ce que nous vendons, pour en parler correctement
- Savoir écouter le client
- Quels sont les besoins et les motivations du client ? Savoir poser les bonnes questions afin d'obtenir les bonnes informations
- Parler du bénéfice pour convaincre le client
- Savoir répondre aux objections du client
- Savoir gérer ses émotions et celles du client
- Appliquer les bonnes méthodes pour faire des réponses efficaces
- Savoir gérer les tensions ou les conflits ; comment transformer des demandes et des remarques en opportunités

PARTICULARITE DE L'ENTRETIEN TELEPHONIQUE

- Les meilleures pratiques et ce qu'il ne faut pas faire
- La relation interservices : développer l'esprit client
- Comment chaque service peut contribuer à l'action commerciale
- Comment chaque collaborateur peut aider les commerciaux de l'entreprise à mieux vendre