Formation Parcours relation client à distance

Durée : 35 heures

Certification : BTS négociation et digitalisation de la relation client

Prix : 3980

Référence : 2101103

Catégorie	Communication et Marketing
Sous-catégorie	Vente et relation client
Pour qui ?	Commerciaux, ingénieurs d'affaires, vendeurs, chargés de prospection, assistants
Prérequis	Être titulaire d'un diplôme niveau BAC ou niveau 4
Objectifs pédagogiques	Comprendre les enjeux de la relation client Organiser sa démarche et son temps de prospection au téléphone Connaitre les clés du succès de la satisfaction client Développer ses compétences relationnelles et commerciales pour mieux traiter la réclamation Assurer des prestations de services et du conseil en relation client à distance (Bloc 1 Titre professionnel Conseiller(e) relation client à distance
Contenu de la formation	COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA RELATION CLIENT Représenter son entreprise Être en cohérence avec la vision stratégique de l'entreprise Répondre aux besoins et attentes des clients Savoir que l'offre est souvent supérieure à la demande Le client roi : enjeux économiques Tester l'image de marque de son entreprise : la considération représente un des moteurs de la relation client S'ORGANISER POUR REUSSIR SA PROSPECTION ET SA PRISE DE RENDEZ-VOUS Évaluer les enjeux de la démarche commerciale de prospection Organiser son rythme de prospection et durer dans le temps

	Définir les critères de ciblage : matrice "atout-attrait" Fixer les objectifs et les étapes de sa stratégie d'action : les bonnes questions à se poser Identifier les leviers potentiels de motivation du prospect Mises en situation : détecter les motivations d'achat de son interlocuteur METTRE EN PLACE SA STRATEGIE DE FIDELISATION Connaître son offre et celle de ses principaux concurrents Se fixer des objectifs adaptés à chaque type de clients Valoriser ses atouts concurrentiels Préparer les objections courantes pour faire face à tous les profils clients Identifier les attitudes et motifs d'insatisfaction Exercices : réaliser un tableau récapitulatif des objections clients courantes, préparer son argumentaire pour réussir sa vente (méthode CAB) GERER LES RECLAMATIONS Le dialogue : le questionnement et l'écoute active L'objection : différents types et techniques de réponses L'empathie : une attitude mais aussi une démarche et une méthode en quatre temps L'argumentation et la persuasion : différences entre le logos, l'ethos, le pathos La négociation : savoir dire non Savoir gérer l'agressivité et les situations délicates : DESC Utiliser les incidents et réclamations dans une optique de progrès et d'amélioration Jeux de rôle : le cas particulier de l'agressivité exacerbée Exercices "je n'ai pas de solution" : développer des alternatives clients dans des cas extrêmes
Suite de parcours possible	
Éligible au CPF	Oui

FINANCEMENTS

OPCO
OPCA
FAF
Pôle Emploi
La Région

MON COMPTE FORMATION

CONTACTS

IFFP - Tour Belvédère SPACES
1 Cours Valmy 92 800 Puteaux

01 80 88 44 55

administration@iffp.pro