

Eligible CPF : NON

Durée : Sur devis (14H/ 2J)

Tarif : Sur devis

Groupe : 6 max.

Formateur :

Consultant expert en management et communication.
Formateur confirmé.

Objectifs :

Savoir adopter une communication et posture orientées « *Service clients* » dans sa fonction.

Profil stagiaire :

Tout acteur de l'entreprise en relation avec la clientèle : personnel administratif, technicien,...

Prérequis :

Aucun.

✉ formation@effiskill.com

☎ 04 72 18 51 18

Consultez notre offre :

www.effiskill.com

Les clés d'une communication orientée « *Service Clients* »

Dans le cadre d'une formation en intra-entreprise, le programme ci-dessous sera personnalisé en fonction des acquis des participants et de leurs objectifs.

Les collaborateurs « *non-commerciaux* » ont souvent une fréquence et un temps de contact direct avec la clientèle supérieur aux commerciaux !

Ils accèdent à une multitude d'informations et ils communiquent parfois avec des acheteurs, des décideurs importants. Ils sont donc des acteurs clés pour fidéliser et satisfaire les clients.

Pour autant, savent-ils ajuster leur communication pour assurer leurs missions dans une synergie commerciale positive ?

Compétences visées :

- > Savoir communiquer dans un esprit « *Service Clients* » et ajuster sa communication aux rôles et responsabilités de ses interlocuteurs.
- > Comprendre l'importance de la communication non-verbale.
- > Savoir faire face aux objections, à un mécontentement d'un client avec une posture positive.

Programme :

Rôle et responsabilités :

Définir son rôle avec ses enjeux commerciaux directs et indirects.
La synergie des compétences et l'esprit d'équipe pour bâtir l'image de l'entreprise.

Une communication soignée et orientée client :

Travailler l'image qui nous précède et l'image que l'on laisse derrière nous.
Bien se présenter au téléphone et soigner son langage.
Les outils d'une communication verbale de qualité : l'écoute active, la reformulation.
Sensibilisation à la communication non-verbale.
Faire attention à la qualité de ses e-mails : orthographe, style adapté au destinataire.

Inscrire ses relations dans une synergie commerciale :

Présenter, commenter une offre, un rapport de façon positive.
Adapter sa posture aux enjeux, objectifs et à la stratégie, politique commerciale.
Partager une information client, être factuel.

Optimiser les risques de conflits :

Éviter l'incompréhension, pour éviter les conflits.
S'engager sur ce qu'il est possible uniquement et dans la limite de ses responsabilités.
Prendre et respecter ses engagements.
L'importance d'une réponse unique, en déjouant les pièges du client.
Face au mécontentement : rester factuel et gérer les réactions émotionnelles.

Choix pédagogiques :

Apports théoriques ponctués de nombreux exemples, mises en application.
Mise en situation à partir de scénarios fournis par l'entreprise.
Évaluation des acquis lors des exercices pratiques réalisés tout au long du stage.
Attestation de formation délivrée à l'issue du stage.