

> Gestion des relations clients



Objectifs :

- Savoir répondre aux attentes de chaque client en fournissant un service adapté à ses besoins spécifiques
- S'adapter aux différents traits de personnalité des clients
- Gérer les situations difficiles (agressivité, stress, conflits etc.)



Public :

- Toute personne ayant à fournir un service à une clientèle : réceptionnistes, hôte(sses) d'accueil, commercial(es), chargé(es) de clientèle, techniciens SAV, etc.



Contenu :

- Analyser vos clients et leur environnement
 - Vos clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils
 - Connaître le circuit de décision chez le client
 - Savoir récolter les informations utiles
 - Valoriser votre image et celle de votre entreprise
- Prendre conscience des types de comportements rencontrés et savoir les gérer de façon appropriée
- Communiquer efficacement avec les clients et avec les membres de son équipe pour créer des relations clientèle basées sur la confiance et le respect mutuel
- Comprendre et classer les différents types de clients : sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent, sympathie
- Aborder les situations difficiles
 - Comment prendre le recul nécessaire
 - Savoir dépassionner le débat
 - Préserver la relation tout en protégeant votre entreprise et les services associés
 - Comprendre les mécanismes de défense pour préserver la relation avec le client : projection, introversion, identification
 - Reconnaître les situations et les « facteurs de stress » et apprendre à y remédier

Méthode pédagogique :

Analyse de l'expérience - Exercices pratiques et mise en situation
Supports méthodologiques

Durée :

2 jours

Prix nets :

en intra-entreprises : 2 280 €