

Les fondamentaux de la relation commerciale

3 jours - 21 heures

Code formation : ADHCML0319



adhara.fr

Objectifs

Comprendre et appliquer l'ensemble des techniques fondamentales de la relation commerciale. Se positionner face aux différents types d'acheteurs en maîtrisant les techniques de communication interpersonnelle. Construire une relation pérenne et fidéliser son client par un comportement adapté.

Participants

Tout professionnel nouvellement en charge d'une relation commerciale au sein de l'entreprise.

Prérequis

Pas de prérequis pour cette formation.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en œuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Remarques

Cette formation sera adaptée au type de relation clientèle ciblé BtoB ou BtoC.

Certification

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assuré par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Un contact téléphonique est systématiquement établi avec le stagiaire ou la personne chargée de son inscription afin de définir le positionnement. Si besoin, un questionnaire est adressé pour valider les prérequis en correspondance et obtenir toute précision nécessaire permettant l'adaptation de l'action. Durant la formation, des exercices individuels et collectifs sont proposés pour évaluer et valider les acquis du stagiaire. La feuille d'émargement signée par demi-journée ainsi que l'évaluation des acquis sont adressées avec la facture.

Programme

Définir la notion de « démarche commerciale »

La définition et les enjeux de la relation client pour l'entreprise
Les étapes de vente d'une démarche commerciale
Les acteurs et les composantes de la relation clientèle

adhara France - Développement des compétences Informatique - Management - RH
Organisme de formation enregistré sous le n°24450269645 auprès du préfet de Région Centre Val-de-Loire
01.84.17.74.82 - contact@adhara.fr

Les fondamentaux de la relation commerciale

3 jours - 21 heures

Code formation : ADHCML0319



adhara.fr

Identifier les comportements positifs dans la relation clientèle

La communication verbale : ce qu'il faut dire et éviter de dire
L'écoute active et la synchronisation
La communication non verbale : les gestes et postures de la confiance réciproque
Les techniques de communication commerciale

Développer son aisance relationnelle face au client

L'adaptation aux différentes typologies de client
L'assertivité et la confiance en soi
La gestion des comportements difficiles
Les méthodes de traitements des objections

Maîtriser sa présentation personnelle et celle de l'entreprise

La prise de contact
La valorisation de soi et de l'entreprise
Le climat de confiance

Techniques fondamentales de prospection

Préparer son action de prospection selon sa cible
Identifier les moyens à ma disposition (mail, téléphone...)
Utiliser la prospection indirecte via les prescripteurs, les recommandations...
Construire un argumentaire efficace sur la base du SONCAS

Découvrir les besoins et les attentes du client

Les besoins et attentes du client
Les techniques de questionnement
Les motivations d'achat

Suivre efficacement ses clients

Organiser son suivi via les outils à disposition (CRM, Agenda...)
Instaurer une relation client de qualité en rythmant son suivi
Valider la satisfaction du client et projeter son interlocuteur dans la relation

Gérer les conflits et pratiquer la fidélisation clientèle

La gestion des comportements difficiles
Les méthodes de traitements des objections
La notion de satisfaction clientèle