

Rédiger des écrits commerciaux percutants

2 jours - 14 heures

Code formation : ADHCML0825



adhara France

adhara.fr

Objectifs

Identifier les enjeux des écrits dans la relation client. Acquérir les bonnes pratiques et éviter les pièges pouvant nuire à la relation client. Impacter par la qualité de son rédactionnel.

Participants

Toute personne exerçant des fonctions commerciales.

Prérequis

Pas de prérequis.

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

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

Exercices individuels et collectifs durant la formation. La feuille d'émargement signée par demi-journée ainsi que l'évaluation des acquis de fin de stage sont adressées avec la facture.

Programme

Les règles d'or de la relation client à l'écrit

Personnaliser son approche client
Choisir le bon support en fonction de l'impact recherché
Identifier les avantages et les inconvénients de la communication écrite

Rédiger des écrits commerciaux percutants

2 jours - 14 heures

Code formation : ADHCML0825



adhara France

adhara.fr

La méthodologie à adopter dans ses écrits commerciaux

Cerner le client, sa demande et ses motivations
Définir son objectif et les effets escomptés : informer, expliquer, démontrer, convaincre...
S'adapter à son client à travers son message

Attirer l'attention de son client par écrit

Comprendre les enjeux commerciaux
Développer son assertivité pour une relation « gagnant-gagnant »
Être rassurant et convaincant envers son client pour préserver la relation client

Parfaire la qualité de son message

Travailler la forme : le vocabulaire orienté client
Redécouvrir les principales règles grammaticales et typologiques

Maîtriser l'écrit en situation difficile

Gérer les réclamations
Savoir exprimer un refus tout en préservant la relation client