

## Objectifs :

- Faire l'inventaire des forces et faiblesses de l'organisation actuelle
- Trouver des solutions nouvelles pour un meilleur suivi
- Se donner de nouveaux objectifs de manière individuelle et collective
- Renforcer l'écoute du client et la reformulation de son besoin
- Améliorer l'argumentaire commercial
- Mieux gérer les relations clients difficiles : conflits, litiges ...

## Pré-requis

Savoir écouter et appliquer des consignes

## Public concerné

Encadrants, responsables de secteur ...

## Durée et nombre de stagiaires

14 heures, soit 2 jours

Groupe de 6 à 10 personnes (max)

## Coût formation

A définir (inter ou intra-entreprise) : Devis sur demande

## Moyens pédagogiques

Apport de connaissances théoriques, simulation / jeux de rôles, retours d'expériences

## Validation :

Attestation de formation

## Programme

### → Analyse de l'existant

Inventaire des forces de l'organisation actuelle et des difficultés rencontrées dans le suivi  
Elaboration de solutions concrètes et partagées aux difficultés rencontrées par l'équipe

### → La démarche commerciale

La relation client-prestataire  
La prestation comme réponse au besoin client

### → Les outils dans la démarche commerciale

L'écoute du client  
La reformulation du besoin  
L'argumentaire commercial à l'oral  
L'argumentaire commercial à l'écrit

### → La prospection commerciale

La préparation : connaissance du client  
Le « pitch » de la société, oral et écrit  
Le suivi des prospects  
Le suivi des clients

### → La gestion de clients exigeants

Les différents types de conflits commerciaux  
Les stratégies possibles de sortie de conflits : compétition, compromis, apaisement, retrait, confrontation  
Le positionnement personnel en cas de litige