

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