

Mobiliser la relation client au bénéfice de la valorisation de l'offre de services



PUBLIC : Collaborateurs en CMA



PRÉREQUIS : Connaître les bases de la relation client,



TARIFS

Inter : 875 euros

Intra : *Contactez-nous, il est possible qu'un formateur soit disponible dans votre région.*



Vous souhaitez adapter ce programme à vos besoins ? Sollicitez-nous.

**2,5 jours (17,5H) -
Présentiel 100% -
Distanciel 100% ou
Blended**

LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✓ Adopter une posture orientée client (qualités relationnelles, communication, identifier les bonnes pratiques Expérience client CMA)
- ✓ Être en mesure d'identifier les besoins du client pour lui apporter des solutions ✓ Professionnaliser son approche commerciale par des outils/méthodologies et approches comportementales spécifiques
- ✓ S'approprier l'offre de service des CMA pour être en mesure de la valoriser
- ✓ Développer et renforcer son aisance commerciale par l'échange et le partage de pratiques

LE PROGRAMME

JOUR 1

Séquence 1 : Les clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils ?

- Identifier les profils types de ses clients et les différentes personnalités,
- Comprendre leurs motivations,
- Valoriser son image et celle de la CMA dans tous les contacts clients,
- Identifier les compétences et les aptitudes relationnelles nécessaires pour fidéliser les clients,
- Maîtriser les enjeux de la relation client et d'une Expérience Client positive.

Séquence 2 : Communiquer efficacement au bénéfice de la Relation Client

- Connaître les principes de base de la communication
- Maîtriser les attitudes à adopter face au client
- Personnaliser le contact pour créer un climat de confiance
- Savoir présenter son établissement
- Communiquer une mauvaise nouvelle

JOUR 2

Séquence 3 - Ancrage des fondamentaux de la vente de prestation de service

- Le principe : Acheter une prestation de services s'apparente à une acquisition « sur plan »
- Les étapes de la vente : révision des fondamentaux
 - o La découverte des besoins et l'adaptation de son offre : retour sur les différents besoins.
- Apprendre à questionner le client
- Ecouter activement et sécuriser le client afin d'identifier ses besoins et lui apporter des solutions,
- Prendre en compte les attentes et proposer des solutions concrètes
- Argumenter efficacement et convaincre le client
 - o Le traitement des objections, savoir anticiper une objection en fonction de vos services.
- Mettre la communication au service de la prestation de service !

Séquence 4 - S'approprier l'offre de service de votre CMA

- Apports Techniques et Méthodologiques portant sur les axes essentiels de l'offre de service

Séquence 5 - Savoir emporter la conviction du client

- Répondre aux questions dans les différentes phases de la vente.
- Développer sa communication et le climat de confiance : savoir rassurer le client.
- Appréhender le principe de la première vente et des ventes suivantes, travailler la fidélité.

EVALUATION

JOUR 3

Retour d'expériences

- A partir des situations vécues par les collaborateurs, de leurs expériences et idées ; proposition aux participants d'un

processus sur le principe d'un « Atelier d'Echanges de pratiques ».

- Collectivement, les collaborateurs seront invités à travailler sur des produits de l'offre de service qui leur posent le plus

de difficultés et à partir desquels ils souhaitent travailler/s'entraîner/partager leurs visions et pratiques.

EVALUATION

Pour toute question concernant la participation de personnes en situation de handicap, contacter directement CMA Académie (coordonnées ci-dessous).