

GERER LES RELATIONS CLIENTS DIFFICILES

CONTENU

Comprendre les enjeux d'une relation de qualité

- Cerner les enjeux d'une relation optimisée
- Mesurer l'intérêt d'une relation de confiance avec ses interlocuteurs
- Identifier et comprendre les profils clients
- Véhiculer une image positive du service

Identifier les attentes des clients par typologie

- Qui sont nos clients ? : typologie des clients
- Quelles sont leurs attentes et leurs exigences ?
- Les ressorts de leur satisfaction

Connaître et comprendre les principes de la communication

- Les clefs de la communication efficace : écoute active – reformulation – empathie
- Son approche (les premiers mots, gestes, attitudes favorisant la prise de contact)
- Schémas de communication

Les attitudes qui font la différence

- Développer son sens de l'écoute et de l'empathie
- Décoder les structures de son langage et celles de ses interlocuteurs
- Identifier les structures de pensée et les modes de communication de chacun
- Percevoir les besoins énoncés et les besoins cachés
- Traiter l'information en adoptant un langage précis et en faisant préciser les messages reçus
- La clarification et la reformulation : restituer des informations en allant à l'essentiel en adaptant son message aux interlocuteurs
- Identifier les obstacles à la communication pour mieux les surmonter
- Eviter les erreurs, interprétations, les a priori...
- Identifier les mécanismes de manipulation et repérer les comportements pièges
- Cerner les éventuels freins d'un échange gagnant - gagnant
- Identifier les objections et préparer ses réponses
- Constaté sans juger, interpréter et agir en conséquence
- Expliquer les solutions, les valoriser
- Exposer son point de vue et le défendre sans entrer dans l'engrenage de la polémique
- Valoriser sa démarche et ses solutions
- Inspirer confiance, rassurer
- La voix : un instrument (ton, débit et articulation)

Gérer les situations difficiles/délicates

- Se donner des objectifs relationnels précis et les atteindre
- Découvrir l'efficacité de la flexibilité et l'adopter
- Produire un impact favorable sur ses interlocuteurs
- Comprendre les motivations et critères de décisions de chaque profil client
- Accueillir positivement une réclamation et mettre à l'aise
- Organiser sa pensée et hiérarchiser ses arguments
- Utiliser les arguments de la partie adverse
- Convaincre en distinguant les faits, les bienfaits et les preuves
- Impliquer et faire participer à la résolution : recherche commune

Objectifs - le participant sera capable de :

- Développer des attitudes adaptées aux situations
- Renforcer son argumentaire, son impact
- Gérer qualitativement les situations délicates, conflictuelles
- Valoriser son service, ses prestations

Durée : 2 jour soit 14 heures

Public :

Tout public – Personnes souhaitant avoir une démarche relation client qualitative

Méthode pédagogie :

La pédagogie est basée sur alternance d'apports théoriques, de mise en situation, d'étude et d'analyse, de phases de réflexion collectives et individuelles.

Moyens pédagogiques :

- Salle de formation équipée de mobilier propre à la réalisation de la formation
- Tableau blanc – Paper Board
- Vidéo projecteur ou écran
- Support de cours
- Etude de cas
- Mises en situation

Horaires

9h00 – 12h30 et 14h00 – 17h30

Informations

complémentaires :

Valérie LEVADE – 05.34.28.19.01

Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation des acquis.

- Devancer et gérer les objections
- Obtenir l'adhésion de l'interlocuteur pour une meilleure implication
- Savoir se comporter en situation conflictuelle
- Parade face aux comportements agressifs, défensifs, passifs et familiaux
- Gérer son stress et celui de son interlocuteur
- Savoir quand et comment conclure

