

4 VENTE ET MARKETING



Assister, conseiller et vendre en réception d'appels

Objectifs

Se mettre à l'écoute du besoin client et lui apporter des solutions efficaces

Améliorer sa technique pour contribuer au développement de l'image de son entreprise

Qualifier de manière pertinente le fichier client

Public

Public
Tout conseiller et responsable de l'accueil en télévente

Durée - 3 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Nombreuses mises en situation, débriefings individuels
Une pédagogie calquée sur celle du coaching avec un consultant présent lors d'un d'accompagnement terrain.

Programme

Développer le sens du « conseil client »

Réguler, organiser et gérer son activité en fonction des flux d'appels et dans le cadre d'une équipe

Les attentes du client au centre des préoccupations

Du conseil à la vente: un lien de cause à effet
L'entente cordiale : une meilleure impression pour un meilleur résultat

L'empathie : Comprendre les attentes du client

Le client au cœur de notre préoccupation
Se mettre à la place du client pour mieux le comprendre
Le questionnement : Poser des questions ouvertes
Affiner les motivations : Du besoin à l'attente, le diagnostic

Élargir la conversation pour créer le besoin du client

Identifier les opportunités commerciales
Les techniques et formulations
Positiver les négations

Apporter une solution adaptée au client

Diagnostiquer une solution
L'art de convaincre : Entre rhétorique et pratique
Structurer son raisonnement dans l'optique de convaincre
Traiter les objections

L'acte d'achat comme finalité du processus

Capter l'intérêt du client en détectant ses signaux
De la conclusion à la décision
Accompagner le client après l'achat : le suivi « 3R »

Recueillir et synthétiser des informations pour qualifier le fichier client

Gérer simultanément les outils et les informations pour garder la maîtrise de l'entretien
Appliquer les techniques et procédures liées à la relation client à distance
Identifier le service attendu
Traiter la demande de l'utilisateur ou du client
Conclure l'entretien en réception d'appels
Rendre compte sur les services rendus

Accompagnement lors du retour au poste de travail post formation

Le consultant accompagne sur le terrain les participants

Vente et négociation : Conduire les négociations stratégiques

Objectifs

Détecter les opportunités stratégiques de développement commercial
Conduire des négociations complexes avec plusieurs interlocuteurs
S'affirmer sereinement dans une négociation complexe

Public

Commerciaux, technico-commerciaux, chargé(e)s d'affaire

Durée - 4 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Atelier d'analyse
Sur exemple participant ou formateur : mise en pratique des outils d'analyse, des profils types, des outils et des méthodes acheteur, simulation filmée
Echange de bonnes pratiques

Programme

Prospecter et vendre par la valeur ajoutée et les spécificités

Mesurer l'impact de la valeur ajoutée et de la spécificité sur le processus de décision du client
Maîtriser les méthodes de prospection incontournables
Identifier les composantes de la valeur et de la spécificité chez le client
Comprendre et maîtriser les axes d'illustration de la valeur
« Méthodiser » le foisonnement chez un client stratégique

Démystifier l'acheteur et s'appuyer sur le service achat

Cerner le rôle de l'acheteur, identifier les typologies d'acheteur
Comprendre le processus achat et situer le rôle du commercial
Apprécier les pouvoirs de l'acheteur
Savoir identifier les attentes et les enjeux de l'acheteur
Identifier les outils et les méthodes de l'acheteur

Maîtriser la dimension stratégique de la négociation

Faire le point sur sa pratique et son style de négociateur
Concevoir une stratégie efficace de négociation : objectif, plan initial, point de rupture, plan de repli
Comprendre et concevoir les scénarios de négociation
Évaluer sa position de négociation

Maîtriser la dimension tactique de la négociation

Analyser et comprendre les tactiques essentielles de négociation
Résister à la comparaison de l'acheteur par la valeur ajoutée et la spécificité
Identifier les leviers de négociation réciproques

Développement des grands comptes : Développer les opportunités commerciales complexes

Objectifs

Repérer les réseaux internes et les décideurs

Etablir une proposition de valeur : contexte général, cadre du projet, solution, création de valeur

Se placer dans une stratégie de vente conseil et de résolution de problème

Organiser le travail en équipe et piloter l'atteinte des résultats

Public

Commerciaux grands comptes, key accounts managers, ingénieurs d'affaires

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Atelier d'analyse
Présentation au groupe
Sur exemple participant ou formateur : mise en pratique des matrices et des outils d'analyse

Programme

Comprendre l'environnement d'un grand compte

Evaluer sa connaissance du fonctionnement d'un grand compte

Comprendre l'organisation type d'un grand compte : acteurs, processus, modes d'organisation, répartitions du pouvoir

Comprendre les spécificités des comptes privés et des comptes publics

Reconnaître les types d'acteur et comprendre leurs attentes respectives

Intégrer les spécificités de la vente dans les grands comptes

Comprendre les processus imposés au fournisseur : référencement, certification, consultation, soutenance, recette, grille de prix, CGA, référence

Situer le rôle des acteurs potentiellement impliqués dans une décision

Identifier les formes d'accord commercial possibles : accord cadre, engagement cadencé, commande simple

Cerner l'opposition stratégique entre CGA et CGV

Mettre au point une approche méthodique pour réussir

Elaborer son plan d'action et son offre pour « attaquer » le grand compte

Concevoir une revue de compte

Evaluer le potentiel du secteur et des clients : business « embarqué », new business, prospection

Analyser et construire une offre spécifique suivant les couples produit / client et produit / service

Maîtriser le cycle de progression et de décision

Concevoir un argumentaire produit / acteur ou cible



Développer vos performances commerciales au téléphone

Objectifs

Identifier toutes les étapes et tous les processus techniques de l'entretien téléphonique commercial

Etre capable de construire un plan de vente adapté à l'outil téléphonique

Connaître ses produits /services lors de la relation téléphonique commerciale

Public

Vendeurs, technico-commerciaux, commerciaux sédentaires, télémarketeurs, télévendeurs.

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Simulations d'appels à partir de votre fichier clients, appels simulés avec écoute, diagnostic et préconisations du consultant, élaboration des guides d'entretien et des réponses aux objections.

Programme

Le plan de vente

L'importance de suivre une trame structurée

Avant le début de l'entretien

Fiche d'appel, l'agenda

La découverte des besoins

Fiche qualification, motivations et besoins du client, les types de motivation, les profils clients, les verbes associés aux motivations clients (le S.O.N.C.A.S), le S.O.N.C.A.S vous, le questionnement (ouvert, fermé, alternatif), la reformulation-méthode RIRA (dissiper la crainte, clarifier le propos, reformuler et trouver un accord)

L'argumentation

Pourquoi présenter ses arguments, choisir ses arguments, classer ses arguments, présenter les avantages pour le client, donner une / des réponse(s). Fiche CPAB (Caractéristiques, Particularités, Avantages, Bénéfices client). Connaissances techniques des ses produits/services

Le traitement des objections

Les objections les plus courantes en réception d'appels, de la question aux objections, identifier, entendre et répondre aux objections. Utilisation de la fiche CPAB

La conclusion

Résumer l'entretien, rappeler les accords client-conseiller téléphonique, le client est d'accord, le client n'est pas d'accord, les silences, durée d'un entretien

La prise de congé

Les termes du contrat lors de l'entretien téléphonique, les formules de politesses, l'engagement client-conseiller téléphonique

Efficacité commerciale : De l'écrit à l'oral, développer un discours de qualité

Objectifs

Maîtriser la méthodologie pour concevoir des écrits clairs et efficaces
Construire des présentations commerciales impactantes et maîtriser les techniques de prise de parole
Maîtriser son argumentation pour convaincre son auditoire et emporter l'adhésion

Public

Managers commerciaux, commerciaux grands comptes, key accounts managers, assistant(e)s commerciaux(les)

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Mise en pratique des supports à partir de documents participant ou formateur
Présentation orale sur thématique participant ou formateur
Débriefing de groupe
Echange de bonnes pratiques

Programme

Pour qui écrit-on ?

Utiliser la démarche CQQCOQP
Envisager concrètement le résultat attendu
Produire des idées, des messages, des arguments

Ecrire : une organisation logique

Sélectionner les informations et les hiérarchiser, définir l'argumentation
Choisir une logique de transition et intégrer les différents niveaux de lecture
Structurer le document de l'introduction à la conclusion

Concevoir les supports

Utiliser Powerpoint comme seul outil de présentation ?
Structurer le plan et mettre en avant le fil conducteur
Créer un contenu et des visuels à fort impact, apporter la preuve de ses arguments

Préparer sa présentation orale

Définir ses objectifs selon le type de réunion
Réunir les informations nécessaires
Anticiper les objections, préparer sa « meilleure solution de rechange »
Réfléchir au déroulé et à une gestion du temps optimale

Renforcer son charisme et établir des échanges gagnants

Construire son accroche
Jouer l'interactivité et impliquer l'auditoire, gérer les questions
Travailler le verbal et le non verbal (gestuelle, regard, voix.
Gérer « la montée en stress »

Conclure et obtenir l'adhésion

S'adapter à des contextes et à des participants difficiles (agressifs, provocateurs, indifférents)
Traiter efficacement les objections
Faire une synthèse convaincante et s'accorder sur les prochaines étapes
Réaliser son auto-analyse

Être à l'aise dans la relation client

Objectifs

Améliorer la relation client pour véhiculer une image positive de votre entreprise
Communiquer efficacement pour établir un climat de confiance
Gérer les situations difficiles dans la relation client pour les fidéliser

Public

Techniciens, personnel administratif, centres de relations clients, assistant(e)s des services commerciaux

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Etre à l'aise dans les relations que vous avez avec vos clients est essentiel afin de répondre à leur besoin et de les fidéliser. Le bénéfice majeur de cette formation réside dans la transposition des apports théoriques en mises en situations pratiques par un outil inédit : Le Customer Service Game.

Programme

Vos clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils ?

Identifier les profils types de vos clients et les différentes personnalités
Comprendre leurs motivations
Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients
Identifier les compétences et les aptitudes relationnelles nécessaires pour fidéliser les clients
Maîtriser les enjeux de la Relation Client

Communiquer efficacement en face à face et au téléphone

Connaître les principes de base de la communication
Maîtriser les attitudes à adopter face au client
Se préparer avant le contact client
Personnaliser le contact pour créer un climat de confiance
Savoir présenter votre entreprise
Comment questionner le client
Questions ouvertes et fermées
Comment écouter activement et sécuriser le client
Prendre en compte les attentes et proposer des solutions concrètes
Savoir argumenter efficacement et convaincre le client
Communiquer une mauvaise nouvelle

Optimiser la relation client par le « Customer Service game »

Il s'agit d'un jeu de rôle spécifiquement lié à la Relation Client.

Aborder les situations difficiles dans la relation client

Adopter le bon comportement dans une situation difficile
Comment prendre le recul nécessaire et dépassionner le débat
Analyser le dysfonctionnement et penser solution plutôt que problème
Savoir expliquer en utilisant un discours positif et "non-technique"
Reprendre efficacement une objection
Reformuler pour bien conclure
Etre solidaire des autres services tout en préservant la relation client

Savoir dire NON et rendre le refus acceptable

Maîtriser les 3 mécanismes de la Relation Client : Projection, introversion, identification
Gérer vos émotions et votre stress
Jeux de rôle : Mise en exergue de situations de relation client complexes avec débriefing du consultant

Faciliter les relations clients difficiles

Objectifs

Résoudre les principales situations conflictuelles avec les clients

Identifier les éléments d'un conflit.

Elaboration d'une stratégie de résolution

Maîtriser les comportements adéquats dans les situations de conflit avec un client

Public

Toutes personnes engagées dans la relation client

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Faciliter les Relations Clients vous permet, en alternant mises en situations et exposés, de vous perfectionner et vous approprier des outils et des méthodes concrètes qui favoriseront votre relationnel en clientèle.

Point fort, la méthode DISC, un outil qui cartographie votre personnalité et vous permet de mieux cerner celle de l'autre

Programme

Comprendre le conflit

L'approche systémique de la communication

Identifier les types de conflit

Comprendre les éléments déclencheurs des tensions

Les conséquences du conflit

Communiquer efficacement en face à face et au téléphone

L'art du questionnement

Identifier les besoins et y répondre

Les questions miroirs

Faire face aux clients difficiles

Ateliers : Le questionnement en réponse

Approfondissement des communications

Création du canevas « idéal » du meilleur déroulement possible

Le langage non verbal et son impact sur la communication

Savoir écouter activement et repérer les phrases clés dans le discours de son homologue

Analyse des étapes de compréhension du client

Jeu de rôle : Le jeu de l'écoute

Identifier les enjeux psychologiques

Apprendre à formuler des demandes et faire des critiques sans susciter d'agressivité

Savoir dire NON (assertivité)

Adapter son mode de communication avec la méthode DISC

Dans cette partie, vous apprendrez à mieux gérer vos émotions et comportements et à exprimer ce que vous avez à dire sans heurter l'autre

Connaître ses propres traits de personnalité, les gérer en fonction des situations et des attitudes

Jeux de rôle : mises en situation sur des cas de relation clients difficiles adaptées aux participants

Analyse de son profil comportemental

Adopter un comportement limitant les risques de conflit

L'émotion va plus vite que la pensée

Repérer nos comportements défensifs

Établir une communication positive quelles que soient les circonstances

Éviter de rentrer dans les « jeux psychologiques » pervers

Formuler critiques ou reproches sans heurter

Mises en situations : S'adapter à un profil différent du mien

Les techniques de communication et de négociation

Objectifs

Adapter son comportement au profil de chaque client
Identifier les services attendus par les différents types de clientèle (couple, homme d'affaires seul, femme d'affaires seule, homme d'affaires en groupe, famille avec enfants)
Tirer partie des apports de l'analyse transactionnelle et de la Méthode DISC pour mieux communiquer avec le client

Public

Tout public

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Etudes de cas issues de la réalité du terrain
Jeux de rôle et débriefing personnalisés
Une fiche d'objectif est remise à chaque stagiaire
Conception d'un guide de l'objection spécifique à votre hôtel
Possibilité de coacher les réceptionnistes sur le poste de travail

Programme

Améliorer le contact avec la clientèle

Les premiers mots et les premiers gestes suivant le profil de chaque client
Le contact avec le client pendant son séjour suivant son profil
Reconnaître les attentes de chaque client de part son attitude non verbale (besoin de solitude ou besoin de contact)

Initiation à l'analyse transactionnelle

Connaître son « PAE » pour mieux comprendre ses propres réactions
Eviter le triangle infernal et les jeux de manipulation dans les relations interpersonnelles (victime, sauveur, persécuteur)
Comprendre comment se construisent les positions de vie, les scénarios de vie
Favoriser l'état positif OK+, OK+

Repérer les personnalités grâce à la méthode DISC

Comprendre les personnalités pour adopter les bonnes stratégies de communication :
Dominance
Influence
Stabilité
Conformité

L'approche systémique de Palo Alto

Maîtriser la méta-communication pour faciliter et réguler les échanges
Trouver une solution aux mécanismes de la double contrainte
Favoriser l'exploitation du cerveau droit

Etre sur la même longueur d'onde que le client grâce à la PNL

Les croyances qui commandent les comportements
Repérer le système de perception du client (visuel, auditif, kinesthésique)
La synchronisation sur la posture, le rythme de parole du client

La gestion du conflit dans la relation client

Objectifs

Comprendre les mécanismes du conflit pour s'y adapter
Développer la maîtrise de soi
Transformer les aspects conflictuels en une recherche de solutions communes

Public

Managers, commerciaux sédentaires, collaborateurs des services Administration des Ventes, services Après Vente, assistant(e)s commerciaux(les)

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Par des exposés et des mises en situations axés sur la gestion du conflit dans la Relation Client, vous améliorerez considérablement les relations dites difficiles avec vos clients. Votre bénéfice : 75 % de pratique.

Programme

La communication comme mode de « compréhension client »

Avoir un para verbal sur mesure en fonction du client
L'art du questionnement pour recueillir les motivations des éventuels litiges

Comprendre les mécanismes du conflit

Avoir l'attitude qui conditionne une relation Gagnant - Gagnant
Sortir des conflits par la régulation

Comprendre comment l'autre construit le conflit

S'ouvrir pour rétablir la confiance
Réguler et traiter les transgressions
Les risques des compromis mal gérés
Les passages en force indispensables pour mieux rebondir

Les mécanismes de la communication

Les 4 attitudes : Agressivité - Passivité - Assertivité - Manipulation
Test sur l'assertivité avec débriefing et préconisation du consultant

Appréhender le stress dans l'environnement professionnel pour faire face au conflit

Les raisons du stress dans l'environnement professionnel (litiges, files d'attente, conflit avec ses collègues...)
Savoir identifier les personnalités difficiles à vivre au travail
Savoir prendre du recul
Jeux de rôle : mises en situations sur la thématique du stress par le biais du speed ball

Savoir gérer les litiges

Apprendre à reconnaître les registres de communication utilisés par le client et savoir s'y adapter
Maîtriser les étapes de la psychologie des émotions

De la détection du problème à sa résolution

Chercher les points d'accord et les valider
Adopter un rapport gagnant / gagnant
Formalisation des engagements concrets
Jeux de rôle : mises en situation sur des cas de conflits avec les clients

De la réflexion à l'action

Comment appliquer les principales clés de construction d'une réponse à une réclamation
Choisir son mode verbal en fonction de la situation
Personnaliser la réponse pour valoriser votre client
Transmettre une image positive de votre société
S'entraîner à maîtriser le fil conducteur pour gérer de façon constructive les litiges

La négociation avec des acheteurs de la Grande Distribution

Objectifs

Connaitre l'approche du bon négociateur en GMS
Préparer une négociation efficace dans l'espace GMS
Cerner la personnalité et les attentes de mon interlocuteur
Utiliser les tactiques appropriées pour bâtir sa stratégie

Public

Vendeurs en univers GMS

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Etudes de cas issues de la réalité du terrain
Jeux de rôle et débriefing personnalisé
Une fiche d'objectif est remise à chaque stagiaire
Conception d'un guide de l'objection spécifique acheteur

80% de pratique

Programme

Mon approche de la négociation

L'individu assertif
Les paramètres de la communication
Registre de la communication
Niveaux de la communication
Comprendre son style de comportement
Les 4 quadrants
Adaptation de sa communication aux différents interlocuteurs
Les 5 forces en vous

Je prépare ma négociation

L'équipe de négociation, les rôles
Diagnostiquer le tissu culturel chez l'autre
La méthode ATROCE
La méthode OSIRIS
Son espace de négociation
Les plages de négociation

Faire face à l'autre négociateur

Les niveaux de vie, méthode des scénarios
L'écoute active
La technique des 4R
Les valeurs de référence

Je détermine mes stratégies

Théorie des jeux, l'interdépendance
Approche de Crozier, les zones de pouvoir
Les 3 orientations
Décadrer/recadrer
Principe du levier

Mes tactiques utiles

Le plaidoyer, faire culpabiliser l'autre
L'assemblage, déstabiliser l'autre
La limitation, déstabiliser l'autre
L'effacement simultané, bloquer puis céder
Le transfert, tromper l'autre
Le tourbillon, manipuler l'autre
La rupture
Ma relation avec l'autre négociateur
La méthode ISIS
L'approche de Palo Alto
Les autres solutions, les solutions bizarres
Evaluer le climat de la négociation

Moi, négociateur actif

Anticipation des comportements de l'autre
La roue de la négociation
Maîtriser son corps

La négociation commerciale

Objectifs

Maîtriser les techniques de prospection et de vente ainsi que leurs outils
Développer sa force de persuasion
Acquérir une meilleure connaissance de soi pour mieux conduire ses entretiens de vente
Maîtriser l'ensemble des techniques et outils afin d'augmenter le CA et fidéliser ses clients et ses partenaires
Favoriser le climat de confiance

Public

Commercial ou manager commercial

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Construction d'une fiche technique de qualification client, plan de vente
Chaque apport théorique majeur est suivi d'exercices, d'autodiagnos, de jeux de rôles ou de mises en situation pour que chacun s'approprie les outils et méthodes lui permettant d'être plus efficace dans ses négociations commerciales

Programme

Réussir le premier entretien

Les 4 C : Contact, Connaître, Convaincre, Conclure
Mots, attitudes à privilégier et... à éviter
L'art de questionner

Rentabiliser chaque affaire par la négociation

Savoir présenter et argumenter son prix
Ce qu'il faut savoir des acheteurs
Votre prix est justifié, défendez-le
Les cinq règles d'or de la négociation

Adapter son attitude à son interlocuteur

Découvrir son style
Repérer celui de son interlocuteur
Comprendre pourquoi "ça ne passe pas" avec certains clients
Comment établir de bons contacts

Optimiser ses relations de travail

Etablir des relations positives
Réagir positivement par rapport à une situation
Etre pro-actif
Entraînement sous forme de simulations

Le déroulement de la négociation

Savoir écouter activement et repérer les phrases clés dans le discours de son homologue
La méthode CPAB

La conclusion d'un accord

Comment trouver des solutions qui permettent d'atteindre un consensus

Conclure l'entretien

Interaction de l'action commerciale avec les fonctions administratives et avec le système d'information

Les 6 points d'une négociation client réussie

Objectifs

Etre capable de créer des relations de confiance avec les clients en prenant mieux en compte leurs besoins

Fidéliser pour longtemps les clients.
Satisfaire les clients, même les plus difficiles

Trouver comment faire mieux pour ses clients

Public

Professionnel de la relation client, superviseur, technicien, assistant commercial

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Cette formation met en avant l'impact d'une relation client réussie en utilisant 6 points essentiels. Entre mises en situations liées à vos projets tant professionnels qu'extra-professionnels et exercices pour détecter vos axes d'amélioration, cette formation vous permettra de perfectionner votre vision de la relation client.

Programme

Les dimensions de la relation : Avoir conscience de ses capacités

Clarifier ses représentations personnelles du client
Mieux se connaître pour mieux comprendre le client
Dépasser ses limites personnelles

Comprendre le client et se faire comprendre de lui : la méthode DISC

Dominance
Influence
Stabilité
Conformité

Développer son impact personnel auprès du client

Avoir confiance en soi
Etre dans un rapport de fidélisation
Utiliser l'intelligence émotionnelle

Maîtriser la relation client

Etre conscient de son rôle
Choisir l'attitude à avoir
Éviter les erreurs fatales

Mettre en avant le client

Personnaliser le contact
Donner une bonne image de lui-même au client
Accueillir totalement les clients, mêmes les exigeants

Co-produire avec le client une interaction efficace

Respecter la personne et ses besoins
Impliquer le client dans le choix des solutions
Clarifier et fiabiliser les engagements



Les fondamentaux du Service Après Vente en centre d'appels

Objectifs

Faire prendre conscience du rôle déterminant de l'après-vente dans la fidélité du client
Développer les bases d'un comportement commercial pour les collaborateurs après-vente en centre d'appels
Les rendre capables de valoriser auprès du client la qualité des prestations rendues, et contribuer ainsi à en optimiser la satisfaction et la fidélité

Public

Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients : SAV, ADV, centres d'appels, commerciaux, et leurs responsables.

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Construction d'une fiche technique de qualification client, plan de vente.
Chaque apport théorique majeur est suivi d'exercices, d'autodiagnostic, de jeux de rôles ou de mises en situation pour que chacun s'approprié les outils et méthodes lui permettant de mieux comprendre les enjeux d'un bon Service Après-vente au téléphone.

Programme

La satisfaction « client »

Les raisons de la perte d'un client
Les comportements et motivations du client
La responsabilité de chacun dans la satisfaction et la fidélisation du client
Les attitudes et comportements pour un bon service client

Les particularités d'un entretien téléphonique

Le téléphone comme outil
Les attitudes d'un client au téléphone
S'exprimer clairement au téléphone

La communication téléphonique et face à face

Le schéma de la communication
Les obstacles à la communication
Les pertes d'information
Savoir s'exprimer clairement

Gérer efficacement un client au téléphone

Réussir la prise de contact : la présentation, les mots qui instaurent un climat de confiance
Personnaliser la relation : l'écoute Active
Résumer ce qu'il souhaite
Gérer son stress

Gérer efficacement ses mails

Que dire ou ne pas dire à un client par mail
Comment rédiger vos phrases

Votre client et vous : objectif écoute

Définir les conditions favorables à l'expression du client lors de la prise de contact
Maîtriser le questionnement
Gérer les obstacles à la compréhension réciproque
Apporter une écoute empathique grâce à des techniques adéquates

Votre client et vous : objectif adhésion

Prendre appui sur les besoins du client
Satisfaire en valorisant les bénéfices client
Utiliser un vocabulaire qui démontre l'esprit de service
Fidéliser son client même en situation de blocage

La mission du responsable SAV

Les spécificités et les missions du Responsable SAV
Connaître son périmètre d'intervention.
Définir et préserver sa zone d'autonomie

Les réclamations clients au téléphone

Objectifs

Gérer efficacement la relation Client

Valoriser et développer une relation Client durable

Comprendre les enjeux de la réclamation
Assurer un suivi de réclamation

Acquérir une méthode pour conduire l'entretien téléphonique de réclamation

Public

Toute personne traitant les réclamations Clients chargées de réclamations, Responsable Service Réclamations et Service Clients

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Des exposés théoriques couplés à des mises en situations vous seront proposés pour trouver les arguments nécessaires pour répondre à des réclamations téléphoniques. Un plan d'action personnel sera à établir en fin de formation

Programme

Comprendre le mode de fonctionnement d'une personnalité

Présentation de la méthode DISC

Apprendre à mieux connaître les différents profils DISC

Comprendre les enjeux de la réclamation

Adopter une image positive (Réclamation = opportunité d'amélioration)

Comprendre le contexte concurrentiel

Garder la maîtrise de la situation

Définir la réclamation

Qu'est-ce qu'une réclamation ? Rappel de la définition

Indiquer les pôles de réception, l'émetteur, la nature de la réclamation

Les étapes clés de la gestion de la réclamation au téléphone

Représenter le processus de traitement de la réclamation pour sensibiliser à l'application de ces étapes et en comprendre la démarche

Identifier les profils clients et leurs attentes

Comprendre les motivations et comportements de ses interlocuteurs pour les traiter par une communication adaptée

Développer les fonctions de l'écoute et la pratique de la reformulation

Traiter les objections Clients

Jeux de rôle : mises en situation sur des cas de relation client

Les écueils de la relation client en gestion de réclamation au téléphone

Différencier les attitudes et expressions défavorables pour renvoyer une image positive

Inventorier les difficultés en gestion de réclamation pour appliquer une résolution appropriée (exemples : réponses partielles, situation de récurrence)

Adapter son comportement et sa réponse en réclamation téléphonique et écrite

Analyser son propre positionnement Client pour développer son plan d'action

Ateliers : confrontation client/fournisseur – travaux pratiques en sous groupes et construction d'un plan d'action individuel

Etre le représentant d'un service de qualité

Identifier les correspondants internes

Remonter les réclamations pour qu'elles puissent être traitées

Prévenir lors d'un dysfonctionnement dans un processus

Les techniques de vente avec la méthode DISC

Objectifs

Mieux se connaître en découvrant son profil comportemental avec la méthode DISC

Améliorer son efficacité relationnelle

Adapter son comportement, son offre et son argumentation aux besoins et fonctionnement des prospects et des clients avec la méthode DISC

Structurer un entretien de vente en suscitant l'intérêt et en provoquant le désir d'achat

Rebondir sur une objection

Public

Toute personne en situation de vente
(Commerciaux, vendeurs, agent de réservations, agent d'accueil)

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Création de son profil DISC personnalisé
Remise d'un questionnaire de profil de poste adapté à la méthode DISC
Conception des outils d'aide à la vente en atelier (argumentaire de vente et guide de l'objection)
Jeux de rôle et études de cas issus de la réalité du terrain

Programme

Découverte de la méthode DISC, le langage des couleurs

Le modèle, les objectifs et les domaines d'application,
Les quatre couleurs et les profils comportementaux :
Dominance, influence, stabilité, conformité
Mon profil en couleur avec le rapport personnalisé complet méthode DISC
Mon profil comportemental de vendeurs et mes styles préférentiels
Mon mode de communication privilégié et son impact dans la relation

Renforcer son impact personnel en s'adaptant aux différents profils et améliorer sa communication relationnelle

Comment reconnaître le profil de son client : Les mots, la voix, les gestes
La synchronisation de sa communication en fonction des préférences comportementales de son client
Comprendre les difficultés relationnelles rencontrées avec certains clients
Anticiper les comportements inefficaces dans les situations de tensions

La structure d'un entretien de vente selon la méthode ADIDAC

L'Accueil du client
La Découverte des besoins et attentes du client
Susciter l'Intérêt du client
Provoquer le Désir
Aboutir à l'Accord
Conclure : Les techniques du Closing

Le traitement de l'objection : Technique du Judo

Amortir
Enchaîner
Proposer

Les deux catégories d'objections

Les objections fondées et non fondées
Le traitement des objections (guide)

La gestion de la réclamation

Les règles à respecter et les pièges à éviter

Maîtriser les méthodes et les outils du manager commercial

Objectifs

Connaître son profil de manager commercial, adapter son management

Renforcer la synergie de son équipe autour d'une vision, de valeurs et d'indicateurs de performance communs

Maîtriser les étapes clés du management d'équipe et individuel

Mobiliser ses ressources pour gérer les situations délicates

Public

Managers commerciaux, chefs des ventes

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Autodiagnostic
Débriefing de groupe
Atelier de découverte
Sur exemple participant ou formateur : simulation filmée, mise en pratique des outils

Programme

Prendre conscience de son rôle de manager commercial

Identifier les différents styles de management et diagnostiquer le sien
Adapter son style de management en fonction des situations

Proposer un projet à son équipe

Connaître les différents leviers de la motivation
Reconnaître les différents profils de commerciaux et s'y adapter
Renforcer la synergie de l'équipe autour d'une vision, de valeurs et d'indicateurs de performance partagés
Répondre aux besoins de reconnaissance et de dépassement de soi.

Mettre en œuvre les outils pour manager au quotidien

Mener des entretiens individuels structurants
Renforcer les échanges de bonne pratique au sein de l'équipe
Responsabiliser et déléguer
Gérer les situations délicates : conflits et résultats en baisse

Animer des réunions commerciales motivantes et participatives

Structurer ses réunions
Animer efficacement ses réunions
Faire des réunions un véritable outil de motivation, un moment de participation et d'échange

Manager un réseau de points de vente

Objectifs

Se doter d'outils et de méthodes de management adaptés à l'univers des réseaux commerciaux, financiers et de services

Adapter son management en fonction des objectifs, des contextes, et des profils des membres de l'équipe

Savoir exploiter l'analyse des résultats pour faire réagir et progresser son point de vente ou de service

Public

Directeurs et adjoints de points de vente, commerçants

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Des exposés concrets et pratiques grâce à l'expertise et l'expérience du consultant ayant travaillé en distribution.

Une approche à la fois globale dans le contenant mais précise dans le contenu et traitant des enjeux par des cas concrets exclusivement orientés terrain. 3 mises en situation par personne seront effectuées.

Programme

Manager chaque personne et comprendre son mode de fonctionnement afin d'être plus opérationnel

Détecter les do's et les don't de chaque comportement
Influer sur l'autonomie de vos équipes

Relayer et faire respecter la politique réseaux/enseigne :

La présentation
Le merchandising
L'évènementiel
L'accueil

Les moyens et méthodes

La réunion flash ou briefing
L'affichage, l'écrit
Les entretiens individuels

Sélectionner et recruter le bon intermédiaire

Choisir le bon réseau : la grille d'analyse des canaux de distribution
Sélectionner l'intermédiaire : la matrice de sélection
Préparer la rupture des relations avec son précédent intermédiaire
Négocier le nouveau contrat de distribution

Définir l'objectif et contrôler les résultats

Évaluer le potentiel : Définir son objectif de part de marché
Comment obtenir sa liste de prospects
Élaborer le plan d'actions annuel
Déjouer les pièges possibles : exclusivité, couverture géographique, mauvaise foi...

Établir le contrat de distribution

Les principales clauses à négocier
Définir les obligations respectives
Négocier le reporting

Mieux se connaître pour mieux négocier et/ou vendre

Objectifs

Acquérir les techniques de négociation et s'entraîner à la négociation

Comprendre les stratégies comportementales de ses interlocuteurs et s'y adapter de façon efficace

Faire le point sur les obstacles à la négociation et à l'acte de vente

Gagner en aisance dans ses relations commerciales

Public

Toute personne ayant à négocier, réaliser des entretiens commerciaux ou en relation directe en clientèle

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Création et analyse de votre profil comportemental méthode DISC®, exposés concrets
Analyse des situations vécues
Entraînement intensif aux différentes formes de négociation
Etude de cas concrets apportés par les participants

Programme

Les techniques de négociation

L'argumentation

La hiérarchisation des arguments en fonction des objectifs à atteindre

La conviction : l'adhésion au projet et la présentation claire des arguments

L'écoute et la persuasion

Le respect de l'autre

L'utilisation des arguments de la partie adverse

La conclusion

Etre efficace pendant la phase de négociation et de vente

L'importance de la première impression

La compréhension du client, de sa psychologie et de ses attentes et motivations : la méthode SONCAS

Le développement de l'argumentaire : techniques et conseils pour consolider son argumentaire

L'assertivité face au client

Le traitement des objections : connaître les principaux types d'objections et leur signification ; anticiper les objections et maîtriser les techniques pour les parer : reformulation

Vendre son prix : Se positionner par rapport à la concurrence

Gérer les situations difficiles, conflictuelles ou de blocage

L'impact des attitudes et des comportements dans les relations commerciales et/ou de négociations

Repérer les comportements manifestés par les différents traits de personnalité

Identifier les situations dans lesquelles ces comportements se manifestent : Quand, avec qui, dans quels contextes, avec quels enjeux

Savoir adapter son comportement face aux prospects

Personnaliser les étapes de la vente en fonction du profil de son interlocuteur

Ateliers pratiques

Validation des connaissances par exercices pratiques et mise en situation

Vérification des acquis et de la mise en application par un « test de connaissance »

Mesurer son retour sur investissement et bâtir son plan d'action personnalisé

Traiter la réclamation client

Objectifs

Tendre vers l'excellence « client »

Améliorer la relation client pour véhiculer une image positive de votre entreprise

Communiquer efficacement pour établir un climat de confiance

Gérer les situations difficiles dans la relation client pour fidéliser les clients

Public

Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients : SAV, ADV, centres d'appels, commerciaux, et leurs responsables.

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Exposés concrets et méthodologiques ; Analyse des situations vécues.

Validation des acquis après chaque module. Modules avec exercices d'applications en accord avec les objectifs de chaque participant. Mises en situation avec un consultant Comédien.

80% de pratique

Programme

Vos clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils ?

Identifier les profils types de vos clients et les différentes personnalités

Comprendre leurs motivations

Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients

Identifier les compétences et les aptitudes relationnelles nécessaires pour fidéliser les clients

Maîtriser les enjeux de la Réclamation Client

Communiquer efficacement en face à face et au téléphone

Connaître les principes de base de la communication

Maîtriser les attitudes à adopter face au client

Se préparer avant le contact client

Personnaliser le contact pour créer un climat de confiance

Savoir présenter votre entreprise

Comment questionner le client

Questions ouvertes et fermées

Comment écouter activement et sécuriser le client

Prendre en compte les attentes et proposer des solutions concrètes

Savoir argumenter efficacement et convaincre le client

Communiquer une mauvaise nouvelle

Optimiser la relation client

Comment mettre en valeur votre client

Saisir les opportunités pour optimiser le contact avec le client

Conseil, vente additionnelle

Aborder les situations difficiles face à une réclamation client

Adopter le bon comportement dans une situation difficile

Comment prendre le recul nécessaire et dépassionner le débat

Analyser le dysfonctionnement et penser Solution plutôt que Problème

Savoir expliquer en utilisant un discours positif et "non-technique"

Reprendre efficacement une objection

Reformuler pour bien conclure

Etre solidaire des autres services tout en préservant la relation client

Savoir dire NON et rendre le refus acceptable

Maîtriser les 3 mécanismes de défense pour préserver la relation avec le client :

Projection, introversion, identification

Gérer vos émotions et votre stress

Effectuer un suivi de la relation client

Etablir un suivi du client pour pérenniser la relation

Etablir un plan d'actions et informer le client

L'intérêt d'une démarche fondée sur un contrat d'objectifs

Vendre de la valeur et défendre ses marges

Objectifs

Comprendre les effets d'un effort de prix ou de conditions de paiement sur la rentabilité de la vente

S'approprier une méthode simple pour préparer et argumenter toute négociation

Disposer des outils appropriés pour défendre ses propositions et résister aux pressions du client

Public

Commerciaux intervenant sur des marchés fortement concurrents, face à des acheteurs de plus en plus exigeants

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Exposés concrets et méthodologiques ; Analyse des situations vécues.

Validation des acquis après chaque module. Modules avec exercices d'applications et mises en pratiques sur mesure avec le consultant.

Intégration de la politique prix de l'entreprise des participants

Programme

Les points clés de la négociation du prix

Préparer sa négociation de prix

Fixer l'objectif et définir les marges de manœuvre : l'hypothèse basse/haute, les points limites

La préparation des arguments Eléments composant le prix

Les avantages concurrentiels

Décoder la stratégie de son interlocuteur pour y faire face (DAF, Responsable Achat, DG...)

Négociation/ champs/enjeux

De la négociation à la rupture

La mise en avant des enjeux et intérêts réciproques : le client partenaire

Mieux comprendre l'impact économique de la négociation de la marge

Equilibrer les relations acheteur-vendeur

Comprendre le mode de fonctionnement de l'acheteur, ses attentes et son objectif

Vendre de la valeur

Savoir rehausser la qualité de votre service

S'appuyer sur les valeurs du client pour débloquer une situation difficile

Apprendre à positionner son offre

Valoriser les écarts concurrentiels

L'art de faire accepter un prix : les techniques

Préserver votre marge

Ne pas tout donner trop vite

Négocier chaque concession !

Défendre son prix et sa marge

Quand et comment présenter son prix avec calme et assurance

Vendre au prix le plus haut dans les limites crédibles du marché pour s'aménager un espace de négociation

Savoir justifier son prix : qualité, contenu, valeur ajoutée...

Apprendre à discerner la demande apparente de la demande réelle

Transformer le prix en « avantages » et « bénéfices »

Répondre aux objections du client (reformulation, re-définition, engagement...)

Argumenter et convaincre : être clair, précis, savoir écouter et influencer

Votre boutique est un théâtre

Objectifs

Savoir utiliser l'espace de son commerce

Connaitre les attitudes et comportements efficaces pour mieux vendre

Défendre sa marque

S'adapter à son client

Public

Commerçants, gérants de magasins

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

A travers des mises en situation très proches de la réalité, les participants pourront pratiquer la relation clients en immersion.

Programme

La mise en scène de l'espace

Savoir occuper l'espace

Mobiliser et savoir utiliser sa présence vocale et sa présence corporelle

Exercices d'acteurs sur le charisme physique : le Corps et l'espace, la voix et l'espace, les différentes manières et niveaux d'occupation de l'espace

Etre un point de réflexion de cet espace : gérer sa présence

physique dans l'espace

Exercices d'acteurs sur le corps et la démarche, le corps et la gestuelle

Espace, vendeurs et produits

Exercices de schématisation du triangle acteurs – objets - espace

Les acteurs d'une marque

La vente et la représentation

Débat : vendre et représenter une marque

Exercices de symbolisation par l'improvisation : trouver sa propre manière spontanée de suggérer, de faire des analogies

Construire des images avec soi même

Travail sur sa propre démarche, ses propres démarches

Travail sur sa propre gestuelle

Les acteurs – Auteurs de scénarios de vente

Etre un pont entre le client et l'univers (la Société)

Travail sur l'écoute : mobilisation de tous les canaux de communication, travail de l'attention de seconde, de défragmentation de l'attention

Accueillir le client

Trouver l'espace qui correspond le mieux « au monde » du client

Etre une équipe

L'attention, la mutualisation et la co-responsabilisation vis-à-vis des tâches

Savoir réagir

En situation déstabilisante, garder et affirmer sa personnalité, son rôle, son « personnage »

Exercices d'entraînement à la juste réaction et au « maintien du personnage » en situation déstabilisante

Vendre de la valeur et défendre ses marges

Objectifs

Comprendre les effets d'un effort de prix ou de conditions de paiement sur la rentabilité de la vente

S'approprier une méthode simple pour préparer et argumenter toute négociation

Disposer des outils appropriés pour défendre ses propositions et résister aux pressions du client

Public

Commerciaux intervenant sur des marchés fortement concurrents, face à des acheteurs de plus en plus exigeants

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Exposés concrets et méthodologiques ; Analyse des situations vécues.

Validation des acquis après chaque module. Modules avec exercices d'applications et mises en pratiques sur mesure avec le consultant.

Intégration de la politique prix de l'entreprise des participants

Programme

Les points clés de la négociation du prix

Préparer sa négociation de prix

Fixer l'objectif et définir les marges de manœuvre : l'hypothèse basse/haute, les points limites

La préparation des arguments Éléments composant le prix

Les avantages concurrentiels

Décoder la stratégie de son interlocuteur pour y faire face (DAF, Responsable Achat, DG...)

Négociation/ champs/enjeux

De la négociation à la rupture

La mise en avant des enjeux et intérêts réciproques : le client partenaire

Mieux comprendre l'impact économique de la négociation de la marge

Équilibrer les relations acheteur-vendeur

Comprendre le mode de fonctionnement de l'acheteur, ses attentes et son objectif

Vendre de la valeur

Savoir rehausser la qualité de votre service

S'appuyer sur les valeurs du client pour débloquer une situation difficile

Apprendre à positionner son offre

Valoriser les écarts concurrentiels

L'art de faire accepter un prix : les techniques

Préserver votre marge

Ne pas tout donner trop vite

Négocier chaque concession !

Défendre son prix et sa marge

Quand et comment présenter son prix avec calme et assurance

Vendre au prix le plus haut dans les limites crédibles du marché pour s'aménager un espace de négociation

Savoir justifier son prix : qualité, contenu, valeur ajoutée...

Apprendre à discerner la demande apparente de la demande réelle

Transformer le prix en « avantages » et « bénéfices »

Répondre aux objections du client (reformulation, re-définition, engagement...)

Argumenter et convaincre : être clair, précis, savoir écouter et influencer

Votre boutique est un théâtre

Objectifs

Savoir utiliser l'espace de son commerce

Connaitre les attitudes et comportements efficaces pour mieux vendre

Défendre sa marque

S'adapter à son client

Public

Commerçants, gérants de magasins

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

A travers des mises en situation très proches de la réalité, les participants pourront pratiquer la relation clients en immersion.

Programme

La mise en scène de l'espace

Savoir occuper l'espace

Mobiliser et savoir utiliser sa présence vocale et sa présence corporelle

Exercices d'acteurs sur le charisme physique : le Corps et l'espace, la voix et l'espace, les différentes manières et niveaux d'occupation de l'espace

Etre un point de réflexion de cet espace : gérer sa présence

physique dans l'espace

Exercices d'acteurs sur le corps et la démarche, le corps et la gestuelle

Espace, vendeurs et produits

Exercices de schématisation du triangle acteurs – objets - espace

Les acteurs d'une marque

La vente et la représentation

Débat : vendre et représenter une marque

Exercices de symbolisation par l'improvisation : trouver sa propre manière spontanée de suggérer, de faire des analogies

Construire des images avec soi même

Travail sur sa propre démarche, ses propres démarches

Travail sur sa propre gestuelle

Les acteurs – Auteurs de scénarios de vente

Etre un pont entre le client et l'univers (la Société)

Travail sur l'écoute : mobilisation de tous les canaux de communication, travail de l'attention de seconde, de défragmentation de l'attention

Accueillir le client

Trouver l'espace qui correspond le mieux « au monde » du client

Etre une équipe

L'attention, la mutualisation et la co-responsabilisation vis-à-vis des tâches

Savoir réagir

En situation déstabilisante, garder et affirmer sa personnalité, son rôle, son « personnage »

Exercices d'entraînement à la juste réaction et au « maintien du personnage » en situation déstabilisante