

Marketing | Relation Client | Négociation | Vente

ASSISTANT ADV : L'INTERFACE AU SERVICE DU CLIENT



En résumé

Un parcours de formation action personnalisé pour bien situer toutes les missions internes et externes de l'assistant ADV et savoir communiquer avec les différents interlocuteurs.

En charge des missions d'administration des ventes, du suivi des actions commerciales, des clients, des factures...., l'assistant(e) commercial(e) ADV travaille en étroite collaboration avec le manager et les équipe de vente.

Il/elle est au cœur de la satisfaction et de la fidélisation des clients.

Cette formation ADV vise à maîtriser les missions essentielles de l'administration des ventes et à optimiser la relation client. Vous y apprendrez notamment à gérer les commandes, assurer le suivi des livraisons et traiter les litiges avec efficacité. À l'issue de cette formation assistant ADV, vous aurez acquis des compétences en communication interne, collaboration interservices et gestion des priorités. Cette formation assistant commercial et administration des ventes à Marseille fera de vous un acteur clé de la satisfaction client et de la fidélisation.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- [Formation service client.](#)
- [Formation Certificat de compétences en entreprise : développer la qualité au service du client.](#)
- [formation technique de vente et négociation commerciale.](#)

À qui s'adresse la formation ?

Public

Assistants commerciaux, assistants ADV, Assistants de direction Toute personne ayant une mission commerciale sédentaire

Prérequis

Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier.



Objectifs

À l'issue du parcours, vous serez en capacité de :

- Être le pilier du service pour optimiser la qualité de la relation clients interne et externe,
- Être plus performant et remplir sa mission avec efficacité et sens commercial,
- Participer activement au développement du chiffre d'affaires tout en préservant la qualité de la relation client en toute circonstance.

Durée

2 jour(s) / 14 heure(s)

Effectif

De 3 à 8 stagiaires

Tarif

1190 € NET

Code RNCP / RS

NA

Référence

MRNV-0000-AADVISC-01

- Le rôle d'interface entre le client et les services internes
 - Les différentes missions et responsabilités de la fonction ADV
 - Maîtriser les missions de l'ADV en interne
 - Collaborer avec les autres services : logistique, comptabilité, planning, production
 - Etre conscient des besoins et objectifs de chacun pour travailler à l'amélioration générale de la qualité de service client
 - Mettre en place des règles de fonctionnement
 - Développer le travail en réseau
 - Travailler en complémentarité avec les commerciaux
 - Créer et/ou faire vivre le fichier clients.
 - Analyse d'un cas pratique pouvant être issu de l'expérience des participants
 - Détecter les dysfonctionnements et proposer des solutions d'amélioration
 - Tableaux de bord, indicateurs, tableaux de suivi des actions (commandes, facturation, livraisons, réclamations ...) pour la qualité de service au client
 - Planifier et gérer son activité
 - Gestion des priorités
 - Adopter les méthodes et des outils efficaces
 - Maîtriser les missions de l'ADV vis-à-vis des clients
 - Introduction sur l'importance du rôle commercial de l'ADV : la fidélisation des clients
 - Les missions : accueillir, prospector, prendre les commandes et assurer le suivi des livraisons, traiter les litiges, relancer les clients « dormants »
 - Assurer le suivi financier : facturation, relance de créances. – Savoir communiquer à distance
 - Introduction sur les outils de communication à distance et leur complémentarité
 - Téléphone, email, courrier,... comment et pourquoi les utiliser
 - Les bonnes attitudes
 - Les techniques de communication utiles à l'ADV
 - Les bases de la communication par téléphone en émission et réception d'appels
 - Particularités de l'émission et de la réception d'appels
 - Gérer les situations délicates : retard de livraison, litige, mécontentement client
 - Simulations d'appels enregistrés puis analyse par le formateur et le groupe
 - La communication écrite
 - Quand et pourquoi écrire aux clients et / ou en interne
 - Points de vigilance pour la rédaction des mails et des courriers
 - Rédaction par le groupe d'écrits « types »
 - Acquérir des outils et méthodes de communication efficaces
 - Appels enregistrés, mails types, analyse de cas pratiques, analyse/création de fiches de poste, exemple de tableaux de bord.
- Les + de la formation : Chaque participant aura acquis des outils et méthodes transposables à son retour en entreprise



Méthodes pédagogiques

- Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
- Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
- Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.



Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.