

Marketing | Relation Client | Négociation | Vente

FONDAMENTAUX DE LA RELATION CLIENT : DEVELOPPER LA QUALITE DU SERVICE CLIENT



En résumé

Un parcours de formation action personnalisé pour bien développer la qualité du service du client.

Améliorer sa posture commerciale et développer la qualité au service du client sont essentiels à piloter et à mettre en œuvre pour se démarquer et fidéliser les clients.

Cette formation service client donne les fondamentaux de la relation client. Elle s'adresse aussi bien aux manager, responsables ou agents de service client. Ce cursus complet vise à développer vos compétences en écoute active et gestion des clients mécontents. Il est axé sur la satisfaction client et la fidélisation, ce qui vous permettra de renforcer votre posture commerciale et d'optimiser l'accueil et le suivi client.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- o [Formation certifiante Développer la qualité de service et la relation client, éligible au financement CPF](#)
- o [Formation certifiante Mener une négociation commerciale, éligible au financement CPF](#)
- o [Formation assistant ADV : l'interface au service du client.](#)
- o [Formation gestion des réclamations clients conflictuelles.](#)
- o [Formation plan d'action commercial et marketing.](#)
- o [Formation 4 couleurs et efficacité commerciale.](#)

Durée

2 jour(s) / 14 heure(s)

Effectif

De 3 à 8 stagiaires

Tarif

1305 € NET

Code RNCP / RS

NA

Référence

MRNV-0000-FRCDQSC-01

À qui s'adresse la formation ?

Public

Assistant(es), collaborateurs des services commercial / ADV, chargés de relation client, supports techniques, SAV, services de maintenance ou logistique, experts, ingénieurs. Responsables de service ADV / commercial / support. Toute personne en relation avec des clients de manière physique ou téléphonique souhaitant améliorer la qualité au service du client et le parcours client dans son entreprise

Prérequis

Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier mais nécessite un entretien préalable dans le cadre de la certification.

- Adopter une communication positive et valorisante sur son entreprise et son offre,
- Optimiser le contact et le suivi client- Aborder les situations difficiles dans le cadre de la relation client



Programme

Mesurer les enjeux de la relation client

- La satisfaction du client comme enjeu capital pour l'entreprise
- Repérer l'importance de la complémentarité des fonctions commerciales avec les fonctions supports, techniques ou d'assistance

Adopter une communication positive et valorisante sur son entreprise et son offre

- Connaître les clés et les freins de la communication
- Connaître les outils d'une communication de qualité : l'écoute active, la reformulation, un langage adapté, oser questionner, oser, proposer
- Repérer les comportements et attitudes à développer dans la relation avec le client
- Développer la notoriété positive de l'entreprise à tous les stades de l'intervention

Optimiser le contact et le suivi client

- Établir la prise de contact et identifier son interlocuteur et sa fonction Situer l'entretien et créer un climat de confiance
- Établir et maintenir une relation de confiance avec le client : les outils et astuces Rebondir sur les demandes « administratives » ou « techniques » des clients
- Maîtriser l'utilisation du téléphone en tant que vecteur de qualité lors d'une demande de rendez-vous
- Prendre conscience de l'importance de sa présentation
- Détecter les attentes du client, analyser ses besoins, collecter des informations qualitatives sur les clients et la concurrence
- Détecter les opportunités commerciales de contact et fidélisation et proposer les actions commerciales au bon moment
- Bien transmettre les informations utiles : nouveaux produits, nouveaux services

Développer une collaboration efficace avec le service commercial

- L'importance du respect de ses engagements, anticiper, prévenir les clients des retards ou annulations d'interventions, d'envoi de devis...
- L'importance d'une réponse unique entre la force de vente et les autres services lors d'un dysfonctionnement

Aborder les situations difficiles dans le cadre de la relation client

- Gérer les clients mécontents, exigeants, insatisfaits, les attitudes négatives et les objections
- Savoir dire non avec efficacité, tout en préservant la relation client

Développer la qualité au service du client

- Déployer une action de qualité de service
- Evaluer les impacts des actions menées auprès du client interne / externe.



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.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici



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.