



Gagner des marchés et fidéliser ses clients : 4 modules

Objectifs de la formation

- Augmenter le portefeuille clients de l'entreprise
- Concrétiser les opportunités
- Fidéliser les clients
- Maîtriser la relation client

Contenu de la formation

1. Module 1 : Trouver de nouveaux marchés (4 jours)

Organiser sa prospection

Transformer le prospect en client

Elargir son offre

2. Module 2 : Développer sa relation client (3 jours)

Découvrir les enjeux de la relation client

Intégrer la relation client à son activité

Valoriser l'image de son activité et de son entreprise

3. Module 3 : Fidéliser ses clients (2 jours)

Connaitre les clés du succès de la satisfaction client

Personnaliser sa relation client

Générer des ventes additives

4. Module 4 : Gérer les clients difficiles (2 jours)

Gérer les conflits avec les clients

Négocier en situation de crise

FINANCEMENT

Que vous soyez chef d'entreprise, salarié ou demandeur d'emploi, différents dispositifs vous permettront de financer votre formation tels que :

- le financement personnel
- le plan de formation
- votre OPCA

N'hésitez pas à nous contacter pour en parler.

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

- Le contenu de la formation est adapté à vos attentes.
- Les cas pratiques s'appuient sur des problématiques réelles rencontrées par les participants.
- La formation est animée par Bryan Lambo, créateur de la méthode LAMBO®, auteur du livre *Ce que la forêt m'a appris* et ancien professionnel de la vente.

PUBLIC CONCERNE

- Dirigeant d'entreprise ou salarié en charge de la prospection et de la fidélisation des clients.

PREREQUIS

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

SUIVI ET EVALUATION

- Emargement et attestation de fin de formation.
- Evaluation de la formation par le stagiaire.

MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

- Enseignement théorique
- Mises en situation
- Exercices pratiques

DATES

11 jours : 7, 8, 14, 15, 21 et 22 décembre 2017, et 4, 11, 12, 18 et 19 janvier 2018.

MODALITES D'ORGANISATION

- Horaires : 9h à 17h
- Lieu : Paris
- Déjeuners non compris dans le prix de la formation
- Les modules sont réalisés dans l'ordre.

11 jours
77h en
présentiel

1190 €
net de taxe

Module 1

Trouver de nouveaux marchés (4 jours)

Objectifs

- Organiser sa prospection
- Transformer le prospect en client
- Elargir son offre

Contenu du module

1. Se préparer et s'organiser

Faire l'état des lieux de son portefeuille actuel
Identifier les secteurs géographiques à prospecter
Recenser les typologies d'entreprises à contacter
Créer un fichier de prospects

2. Apprendre à vendre son activité

Savoir se présenter
Elaborer des scénarios de prospection
Déclencher la prise de rendez-vous
Tirer de chaque échec une expérience

3. Réussir son entretien

Cultiver un mental de chasseur
Séduire et convaincre son prospect
Découvrir les besoins du prospect
Savoir conclure

4. Argumenter et traiter les objections

Préparer ses réponses aux objections
Utiliser les objections pour étoffer ses arguments
Prévoir des parades aux objections
Dédramatiser la présentation du prix

5. Elargir son offre

Déterminer les spécificités de son offre
Définir sa concurrence directe
Adapter son offre aux attentes des clients
Identifier de nouveaux champs d'action

Module 2

Développer sa relation client (3 jours)

Objectifs

- Découvrir les enjeux de la relation client
- Intégrer la relation client à son activité
- Valoriser l'image de son activité et de son entreprise

Contenu du module

1. Comprendre les enjeux de la relation client

Représenter son entreprise

Répondre aux besoins et aux attentes des clients

Savoir que l'offre est souvent supérieure à la demande

Le client est roi : enjeux économiques

2. Démystifier la relation commerciale

Découvrir les fondamentaux de la relation commerciale

Appréhender la part ludique des échanges

Comprendre les motivations et freins à la relation client

Être opérationnel rapidement

3. Être disponible et appliquer les techniques d'écoute

Appliquer la technique de l'écoute active

Se rendre disponible pour recueillir les besoins

Savoir poser des questions

Vérifier l'information avec la reformulation

4. Harmoniser son activité avec la relation commerciale

Faire de son activité un atout

Avoir une vision globale de son entreprise

Traduire le langage technique en avantages et bénéfices clients

Savoir prendre le temps pour organiser et vivre le relationnel

Module 3

Fidéliser ses clients (2 jours)

Objectifs

- Connaître les clés du succès de la satisfaction client
- Personnaliser sa relation client
- Générer des ventes additives

Contenu du module

1. Générer la satisfaction client

Valoriser le client par le questionnement

Développer son écoute active

Utiliser la reformulation et renforcer la qualité dans le dialogue

Consolider son empathie pour s'adapter à tous les profils de clients et tous les profils d'entreprises

2. Mettre en place sa stratégie de fidélisation

Connaître son offre et celle de ses principaux concurrents

Se fixer des objectifs adaptés à chaque type de clients

Valoriser ses atouts concurrentiels

Préparer les objections courantes

3. Développer ses compétences de négociation

Optimiser son verbal et son non-verbal pour renforcer son efficacité

Gérer ses émotions dans le dialogue

Pratiquer l'auto-diagnostic dans la relation client

Module 4

Gérer les clients difficiles (2 jours)

Objectifs

- Gérer les conflits avec les clients
- Négocier en situation de crise

Contenu du module

1. Gérer les conflits

Comprendre les origines internes et externes du conflit

Créer un environnement d'échange constructif

Résoudre les situations conflictuelles et en tirer profit pour une meilleure relation

2. Apprendre à refuser sans perdre le client

L'art de dire « non »

Les réflexes pour ne plus être pris au dépourvu

La communication positive

Etablir une relation de coopération

3. S'affirmer sereinement face au client

Maîtriser ses émotions

Adopter une attitude professionnelle

Nuancer jugement et ressenti

Recadrer avec bienveillance