

PILOTER LA RELATION CLIENTS

Reprendre le leadership

PROGRAMME – 2 journées

PUBLIC

Formation destinée à tout **dirigeant, manager ou collaborateur** qui souhaite comprendre, faire évoluer et reprendre le lead sur ses relations avec ses clients.

8 participants maximum par session.

PRÉ-REQUIS

Pour bénéficier pleinement des acquis de la formation, il est nécessaire d'être **en contact avec la clientèle** interne ou externe de l'Agence.

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre et identifier les **enjeux clients**

Appréhender et identifier le **fonctionnement politique** de ses clients

Prendre du recul et sortir de l'affect

Préparer les réunions

Écouter pour **diriger la collaboration**

Transformer les réunions de présentation en **réunion de travail et d'échanges**

Adopter une **posture conseil**

Traiter efficacement les **objections**

Conclure les réunions

Annoncer une **mauvaise nouvelle**

Gérer les **insatisfactions clients**

Savoir **dire non ou recadrer** une demande client

MÉTHODE

L'orientation de l'approche pédagogique est centrée sur **l'appropriation**.

La méthode est basée sur une alternance **d'apports théoriques** et surtout **d'applications pratiques**.

La **connexion avec le quotidien professionnel** se réalise au travers d'exercices individuels et collectifs et de jeux de rôle construits à partir du contexte actuel des participants.

PROGRAMME

JOURNÉE 1

REPRENDRE LE LEAD SUR LA RELATION CLIENTS

COMPRENDRE ET IDENTIFIER LES ENJEUX CLIENTS.

Identifier les principaux enjeux de ses interlocuteurs pour mieux **construire son argumentation**.

Identifier les principaux critères de choix et de décision de ses interlocuteurs pour pouvoir les partager en interne : capacité d'influence, connaissance technique, drivers...

APPRÉHENDER LE FONCTIONNEMENT POLITIQUE DE SES CLIENTS

Identifier et comprendre le **système de fonctionnement** politique.

Partager en interne ces informations auprès des équipes concernées.

PRENDRE DU RECUL ET SORTIR DE L'AFFECT

Distinguer sa personne et sa fonction.

Prendre conscience des 3 dimensions à **adresser et développer** dans la relation clients : dimension **projet** / dimension **professionnelle** / dimension **personnelle**.

PRÉPARER LES RÉUNIONS

Distinguer la préparation du projet de **la préparation de la réunion**.

Préparer efficacement ses réunions en fonction des **interlocuteurs** présents, des **enjeux** assignés à cette réunion et des **objectifs** déterminés.

Rédiger **introduction et conclusion**.

Prévoir **les temps d'échanges**.

ÉCOUTER POUR DIRIGER LA COLLABORATION

Distinguer son talent d'expert et son talent relationnel, pour **développer son talent relationnel**.

Mieux cerner et utiliser la demande du client **au service de la vente du projet**.

Utiliser le questionnement, l'écoute et le silence pour **gagner en efficacité et en pertinence**.

TRANSFORMER LES RÉUNIONS DE PRÉSENTATION EN RÉUNION DE TRAVAIL ET D'ÉCHANGES

Conduire la relation clients en tant que **conseil**.

Rester exigeant pour mieux manager la relation clients.

Développer son assertivité : savoir demander, refuser, exprimer son point de vue, formuler son accord ou son désaccord.

TRAITER EFFICACEMENT LES OBJECTIONS

Comprendre le mécanisme de l'objection dans le processus de l'adhésion.

Questionner les objections pour leur faire perdre en intensité.

Tenir et argumenter face à l'objection pour rassurer sur la posture conseil.

CONCLURE SES RÉUNIONS

Distinguer **conclusion et next steps**.

Checker la **réalisation des objectifs** déterminés lors de la préparation de la formation.

JOURNÉE 2

GÉRER LES SITUATIONS DE TENSION

ANNONCER UNE MAUVAISE NOUVELLE

Annoncer une mauvaise nouvelle à son client, tout **en préservant la relation**.

Accueillir l'insatisfaction client de manière professionnelle.

Abandonner la justification au profit de la présentation de solutions.

Abandonner la transparence au profit d'**un discours clair et cohérent**.

GÉRER LES INSATISFACTIONS CLIENTS

Accueillir l'appel d'un **client mécontent** de façon professionnelle.

Comprendre son insatisfaction pour la traiter.

Appréhender la relation en « **mode solutions** ».

SAVOIR DIRE NON ou RECADRER UNE DEMANDE CLIENT

Diagnostiquer la demande pour recadrer.

Recadrer une demande clients.

Identifier les conditions qui permettent **d'accéder partiellement à la demande.**

Proposer ces conditions **afin de faire avancer le projet.**

ÉVALUATION

A l'issue de la formation, chaque participant auto-évalue ses acquis à travers **un plan de développement professionnel.**

INTERVENANTE

Elisabeth JOHNSTON

Fondatrice du cabinet JOHNSTON & JOHNSTON, spécialisé dans les formations Management, Marketing, Media & Communication.

Analyse et étudie les problématiques clients. Identifie et recommande les formations qui permettent d'optimiser la montée en compétences des collaborateurs.

Formatrice spécialisée en Relation Clients et Négociation Financière.

Parcours

20 ans d'expérience en Agences : CLM BBDO, Proximity BBDO, Raison de Plus

HANDICAP

Si une situation de handicap de l'un des participants nécessite une adaptation du programme, merci de le signaler afin de mettre en place les dispositions requises

Si la formation se déroule dans des locaux réservés par JOHNSTON & JOHNSTON, le client devra préciser la présence des personnes à mobilité réduite afin d'organiser la formation dans un lieu adapté.

Si la formation se déroule dans des locaux réservés par l'entreprise, ils devront répondre aux obligations règlementaires d'accueil du public.

MODALITES ET DELAI D'ACCES

En intra, les dates sont définies d'un commun accord. La formation est confirmée à réception de la convention signée ou du règlement de 50% du montant de la formation dans un délai de 30 jours avant le démarrage de la formation.

En inter, les inscriptions sont confirmées à réception du règlement de la formation ou de la convention signée, dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la formation.