

Techniques de la Relation Client

Présentation du Domaine

Le Client fait vivre l'entreprise et chaque collaborateur a la responsabilité de la relation client. Ainsi ce domaine regroupe à la fois des techniques destinées aux professionnels de la relation client et des techniques utiles à chacun des collaborateurs.

Perfectionner ses techniques argumentaires, construire des offres en mode projet, mieux utiliser le téléphone, sont des techniques qui intéressent les professionnels.

Développer son sens de l'accueil, pratiquer l'écoute active, comprendre les enjeux du marketing, intéressent experts et techniciens qui sont en contact avec le client.

Intéressés et Participants

- **Ingénieurs d'Affaires et Responsables de contrats** qui ont parfois manqué du temps nécessaire pour s'initier à la partie commerciale de leur métier.
- **Technico-commerciaux, Ingénieurs d'offres**, en charge des ventes comme du marketing (gamme de produits, politiques de prix, avantages concurrentiels, etc.) ;
- **Téléacteurs, en particulier Téléacteurs occasionnels** (techniciens, experts produits) ;
- **Personnels d'accueil** : hôtesse, standardistes.

Exemples de Formations

• Vente et marketing en milieu industriel :

Répondre à un **appel d'offres**, faire comprendre un **avantage concurrentiel**, pratiquer le **lobbying technique**, préparer un **salon** professionnel,... supposent un entraînement et une connaissance de techniques que la formation facilite. Surtout lorsque les grands responsables en charge manquent du temps nécessaire pour avertir des collaborateurs qui sont issus du **monde de la technique** ;

• Argumenter et négocier :

La complexité de certains **contrats** oblige à vigilance et dire « non » ne signifie pas que l'on perdra la commande. En revanche il vaut mieux se montrer capable d'une bonne **technique argumentaire** pour **rester constructif**. Quant à la **négociation**, qui permet **de bons accords**, elle suppose la connaissance pratique de **techniques** bien connues (imbrication d'avantages, valorisation, gestion du temps et des étapes, etc.) ;

• Accueillir par téléphone :

Si les téléacteurs sont formés, les techniciens du **SAV**, les **experts** que l'on consulte et les chargés de **logistique** le sont rarement. Leur proposer une **prise de conscience** et des **techniques de conduite d'entretiens téléphoniques** améliore la relation client et... la pratique de ces collaborateurs (efficacité, climat, image de soi, initiative) ;

• Traiter l'agressivité : réclamations, urgences, abus, certaines demandes de clients génèrent du stress. Il faut aider les collaborateurs exposés à savoir gérer l'agressivité ;

• Présenter : des présentations efficaces aident lors des soutenances d'appels d'offres...

Formules

En **sessions** séparées par des intervalles de travail, par **accompagnement** d'équipes, par **ateliers** de réalisation, et par **formalisation** de pratiques « maison » à diffuser...