

**2 jours de formation**

**Intra entreprise**

Cette formation peut être adaptée sur-mesure en contenu et en durée (1 à 3 jours)

**Formateur expérimenté**



**Isabelle Soubré**

- Formatrice d'équipes commerciales.
- Double compétence Ventes et Achats.
- Expérience opérationnelle issue de grands groupes industriels aux postes de Responsable Commercial Grands Comptes, KAM européen, Chef de Groupe Achats et Directeur des Achats.
- Chargée de cours en Master et MBA en Marketing Achats et Techniques de Commerce International.

**Objectifs**

- Intégrer le paramètre de service client au sein d'une chaîne de travail interne
- Améliorer la satisfaction des clients internes
- Optimiser les relations avec les différents interlocuteurs
- S'entraîner sur les principales situations rencontrées lors de la relation client

# FORMATION COMMERCIALE

## Optimiser ses pratiques de la relation client interne

**Prendre en compte la mission de vente interne :**

- Connaître les enjeux de la relation client : image, CA, fidélisation
- Intégrer la satisfaction client dans ses objectifs court et moyen terme
- Identifier le circuit de décision client et les facteurs d'influence
- Recueillir les informations clefs : stratégie, besoins, contraintes

**5 règles d'or pour endosser le rôle de « commercial interne »**

**BOITE A OUTILS :**

Chaque participant formalise les actions envisageables à court terme puis à moyen terme, pour améliorer le service client.

**Appliquer le modèle de la relation client-fournisseur au modèle interne :**

- Bâtir un argumentaire, consolidé de la réponse aux principales objections
- Identifier et lever les freins à l'entrée en relation
- Impliquer le client dans la construction de l'offre
- Générer la confiance : le rôle déterminant du commercial
- Mettre en place les bons processus et l'adapter à une chaîne de travail

**Les 3 savoirs commerciaux : Savoir-Faire, Savoir-Etre et Faire-Savoir**

**MISE EN SITUATION :**

Entraînement au premier entretien avec un client : développer sa flexibilité relationnelle en s'adaptant aux différents interlocuteurs.

**Développer et gérer la communication :**

- Définir un circuit de communication et l'animer
- Connaître les principales techniques de questionnement et de reformulation
- Gérer les situations de tension et de stress tout en préservant la relation
- Formaliser les besoins et les engagements réciproques
- Expliquer les enjeux et les solutions aux acteurs internes

**Les pièges à éviter dans les situations à enjeu commercial**

**EXERCICE D'APPLICATION :**

Expliquer, par écrit puis en face à face, en quelques phrases pour convaincre.

**Développer sa performance par la coordination :**

- Benchmarker les pratiques internes
- Obtenir l'adhésion des équipes et faire coopérer les différents acteurs
- Anticiper les nouveaux projets; se faire pré-sélectionner comme fournisseur
- Gérer les dysfonctionnements, les urgences, les aléas, les demandes externes
- Evaluer la satisfaction des clients internes

**Comment développer sa pro-activité : être actif, réactif et savoir rebondir**

**MISE EN SITUATION :**

Entraînement (au choix des participants) à la présentation : d'une offre de service, d'un plan d'action correctif, d'un nouveau projet.