

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

- Mieux appréhender le compte client
- Perfectionner la gestion des relations avec les différents types d'interlocuteurs
- Savoir à la fois identifier les freins à la vente, et les axes de développement de la relation
- Améliorer la satisfaction du client et sa fidélisation

FORMATION COMMERCIALE

Optimiser la relation client-fournisseur

Accroître et optimiser sa connaissance du client :

- Comprendre l'organisation du client et s'orienter dans ses différents services
- Identifier le circuit de décision et les facteurs d'influence
- Recueillir les informations clefs : stratégie, besoins, contraintes
- Connaître les constituants de la satisfaction et fidélisation du client

5 impacts de la professionnalisation de la fonction Achat

EXERCICE D'APPLICATION :
Les techniques de questionnement.

Entrer en relation et générer la confiance :

- Connaître son offre et la situer versus la concurrence
- Bâtir un mode d'approche du compte client et repérer les alliés
- Identifier et lever les freins à l'entrée en relation
- Impliquer le client dans la construction de l'offre
- Les 3 niveaux de confiance : le rôle déterminant du commercial

6 règles d'or pour adopter le bon comportement

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

Développer le compte et fidéliser le client :

- Quel type de développement commercial pour quel type de client ?
- Repérer les axes de développement et anticiper les projets client
- Gérer la communication, le circuit et les points d'entrée
- Définir et organiser les réunions avec les différents intervenants

Comment développer sa pro-activité chez le client

EXERCICE D'APPLICATION :
Etude d'un client compte-clef : circuit de communication, types de réunions et ordres du jour.

Favoriser la collaboration et les relations partenariales :

- Identifier les processus à mettre en place pour à la fois satisfaire le client et répondre à vos objectifs
- Gérer les situations de tension et gérer les litiges, en préservant voire en renforçant la relation
- Accompagner le client par la mise en place de plans d'action ciblés, déterminés et coordonnés conjointement

Comment développer la coopération en interne et en externe

MISE EN SITUATION :
Entraînement à la gestion des situations difficiles : retard de livraison, litige qualité, hausse de prix.