

# Le client au coeur de l’activité commerciale

## Objectifs de formation

- Développer une qualité de service
- Acquérir les meilleures techniques d’accueil pour optimiser la qualité de la relation client
- Utiliser des outils de communication pour développer la relation client
- Valoriser l’image de la marque en véhiculant les valeurs de l’entreprise

## Objectifs pédagogiques

- Maitriser les techniques d’accueil
- Utiliser des outils de communication pour développer la relation client

- Savoir valoriser l'image de la marque et de l'entreprise lors de tout face à face client

**Durée :** 02 jours - 14 heures

**Mise à jour le :** 9 juin 2026

**Présentiel :** Présentiel ou Classe virtuelle

**Tarifs :**

1295 €

**Dates :**

Les 03, 04 Septembre 2026

Les 16, 17 Novembre 2026

Les 26, 27 Janvier 2027

Les 30, 31 Mars 2027

Les 18, 19 Mai 2027

## Prérequis

- Aucun

## Public

- Toute personne en lien avec la clientèle

## Programme

### LE CLIENT AU COEUR DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

- Re)Définir les enjeux d'une bonne relation client : CA et qualité de service

- Déterminer les besoins et les attentes du client : se mettre à la place du client
- Identifier les 4 profils de clients
- Définir le rôle et l'influence des acteurs sur la satisfaction et la fidélisation des clients
- La contribution de chacun pour livrer une expérience client différenciante

## LA PRISE DE CONTACT

- Faire une bonne première impression
- Créer un espace d'échange propice à la satisfaction client
- Utiliser la communication verbale et non verbale
- Utiliser la force du sourire
- Favoriser la communication positive et bienveillante

## LA PRISE DE RENDEZ VOUS

- S'organiser et planifier les RDV avec son client
- Identifier ce qui peut être anticipé
- Gérer l'attente des clients qui ne respectent pas leur RDV avec assertivité
- Traiter les appels entrants : le téléphone est un outil de communication et véhicule l'image aussi
- Relancer les clients qui ne se sont pas présentés

## LA SIGNATURE DE L'ENSEIGNE

- Identifier les principales étapes du parcours client
- Respecter les process de l'enseigne
- Pratiquer l'écoute active et la reformulation
- Se mettre à la hauteur du client : développer l'empathie et utiliser le vocabulaire adéquat
- Estimer le coût et faire la proposition
- Accueillir et répondre aux objections des clients
- Identifier et proposer les ventes additionnelles
- Contacter le client en cas de modification

## LAISSER UNE BONNE IMAGE

- Suivre la qualité de service et le respect du délai
- Annoncer les mauvaises nouvelles avec tact
- Présenter le service effectué et la facture

- Pratiquer une prise de congé qualitative

## Modalités pédagogiques

- Alternance d’apports théoriques et pratiques
- Exercices d’applications construits à partir des informations transmises par le commanditaire
- Travail en sous-groupe
- Document de synthèse remis à l’issue de la formation
- Matériel : aucun

## Modalités d'évaluation des acquis

- En amont de la formation : recueil des attentes, réunion de cadrage
- Pendant la formation : Test, QCM, cas pratiques, mises en situation
- En aval de la formation : évaluation à chaud, évaluation à froid.

## Financement

- OPCO sous conditions
- Entreprise
- Individuel

## Dates et horaires

- Intra-entreprise en concertation avec l’entreprise
- Inter-entreprises, selon planning de formation ORDIA

- Horaires de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 16h30

Le bâtiment est accessible aux personnes à mobilité réduite (PMR), pour tout autre handicap, nous contacter pour mise en place des moyens de compensation. Les services proposés sont accessibles à tous sous couvert :

- que l'information soit transmise suffisamment en amont aux équipes afin de permettre la mise en place des moyens de compensation
- que les moyens de compensation n'appartenant pas au centre puissent effectivement être mis en place (interface de communication…)
- que la formation envisagée soit compatible avec le handicap.

Référent handicap et personnel sensibilisé

---

## Prévention des ruptures de parcours en formation

- Création d'un climat bienveillant et inclusif dès le démarrage pour favoriser l'implication de chacun.
- Identification des niveaux et besoins individuels afin d'adapter le rythme et les explications (tour de table).
- Méthodes pédagogiques variées (démonstrations, cas pratiques, échanges collectifs) pour maintenir l'attention et l'intérêt.
- Questions fréquentes de la part de l'intervenant/e et valorisation des apports des participant·e·s pour renforcer l'engagement.
- Temps de reformulation ou appui individuel si nécessaire afin d'éviter le décrochage.

---