



INSUFFLER UNE "CULTURE CLIENT"

CONSTAT :

"Ce n'est pas l'employeur qui paie les salaires mais le client" (Henry Ford.)

"La culture client" : une orientation, une volonté, une dynamique, une démarche d'Entreprise à laquelle chaque salarié, quelle que soit sa fonction doit être sensible.

OBJECTIF :

Pour cela chacun doit posséder les rudiments nécessaires lui permettant de pratiquer et de développer au quotidien une démarche "Clients" tout en la diffusant dans son proche environnement :

- Une réflexion pragmatique valorisant les expériences de chacun
- Une méthode structurée pour organiser, dynamiser et vivre la "culture client"
- Des outils pratiques

POPULATION CONCERNEE :

Tous les salariés, dont la fonction n'est pas directement commerciale et qui sont en relation avec les partenaires de l'entreprise.

PRINCIPAUX THEMES ETUDIES :

- Définir les facteurs de performance de l'entreprise
- Comprendre les différentes phases d'une action commerciale
- Découvrir les comportements générateurs de confiance
- Pratiquer "l'écoute active", gérer les situations délicates, adapter son comportement
- Préparer et développer l'argumentation
- Identifier les concurrents directs et indirects
- Conclure un accord commercial

METHODE PÉDAGOGIQUE :

Animation interactive fondée sur des questionnaires, études de cas, sujets de réflexion partagée, travaux en sous-groupes.

Jeux de rôles spécifiques à l'entreprise, filmés et analysés.

DURÉE RECOMMANDÉE :

2 sessions de 2 jours espacées d'un mois pour permettre une 1^{ère} application puis lors de la 2^{ème} session un échange d'expériences.