

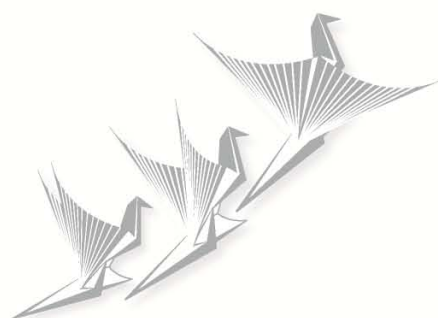
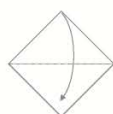


## **D**éveloppeur de votre performance commerciale

**Conseil**

**Formation opérationnelle  
sur mesure**

**Accompagnement personnalisé  
en situations de vente**



**Formations Commerciales**

# Organiser et gérer son activité commerciale

## Participants

Commerciaux, ingénieurs d'affaires...

Durée : 2 jours

## Objectifs

- Optimiser l'organisation de ses actions terrains quotidiennes.
- Comprendre comment agir sur ses ventes pour ne plus subir.
- Apprendre à élaborer un plan d'action, savoir organiser et planifier ses visites en fonction de la situation de son secteur, de ses portefeuilles et des besoins de prospection.

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret où chaque participant est en situation de piloter commercialement une entreprise afin de découvrir les différents facteurs qui influencent les ventes et d'apprendre à agir dessus.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### Les facteurs qui influencent les ventes sur mon secteur

- Les 3 composantes d'un résultat
- Le lien avec la politique commerciale de l'entreprise
- Les indicateurs clés
- L'analyse statique et dynamique de ses ventes

### Le poids des actions d'un commercial sur ses ventes

- Les critères de quantité
- L'orientation des actions
- Les ratios qualitatifs et les normes de performance
- Les indicateurs clés de l'activité des commerciaux
- Les liens entre les actions et les résultats

### La gestion des portefeuilles clients/prospects

- Les différents portefeuilles
- Les critères de mesure des portefeuilles clients/prospects
- L'organisation de ses visites en fonction des portefeuilles, des priorités du secteur et des objectifs à atteindre
- La planification de ses actions

### Le plan d'actions

- Les critères d'un plan d'actions
- La structure du plan d'actions
- Les exercices d'application

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous êtes capable, dans le cadre de la politique commerciale de votre entreprise, de déterminer avec précision les actions à réaliser sur votre secteur et ce, en fonction du marché, de la concurrence, de la situation des portefeuilles clients et prospects.

Vous repartez avec des modèles d'outils pragmatiques.

# La prospection par téléphone

## Participants

Commerciaux terrains, vendeurs sédentaires, cellule de télévendeurs, assistantes commerciales.

**Durée** : 2 jours

## Méthodes pédagogiques

- Apports de connaissances.
- Etudes de cas.
- Atelier de travail.
- Exercices en groupe.
- Vidéo.
- Construction de supports.
- Entraînement sur des simulations et sur la base du fichier de chaque participant.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Objectifs

- Découvrir les techniques de prise de rendez-vous par téléphone.
- Améliorer votre efficacité au téléphone.
- Maîtriser l'outil téléphone dans les différentes situations vécues au quotidien.
- Véhiculer une image de professionnel grâce à la qualité de votre communication.
- Enrichir et qualifier votre banque de donnée (fichier). Se faire plaisir au téléphone.

## Contenu de la formation

### Les objectifs de la session

- L'outil téléphone dans le contexte des entreprises
- Les différentes utilisations du téléphone comme outil de communication

### L'outil téléphone, fixe et mobile

- Votre utilisation du téléphone : avantages et inconvénients

### Le contexte de votre interlocuteur

- Comportements et attitudes

### La communication au téléphone

- Les différentes phases de la communication
- Les compétences vocales, verbales et d'écoute
- Les principes pour améliorer la communication

### L'organisation de la prospection par téléphone

- Le contexte : à partir d'un fichier client, la relance d'un mailing, le suivi d'un salon, sur la base d'une action promotionnelle
- La préparation et les précautions à prendre en fonction du contexte
- La phase de prise de rendez vous
- Le suivi des actions

### La structure de l'entretien de prospection par téléphone

- L'identification de l'interlocuteur
- La présentation
- La phase d'accroche
- La phase de développement
- Les alternatives
- La réponse aux objections
- La conclusion
- La prise de congé

### La réponse aux résistances et aux objections

### La gestion des barrages : accueil, standard, secrétaire, assistante

## Cette formation s'inscrit dans un cursus comprenant 5 étapes

- ✓ La prospection téléphone
- ✓ Les techniques de négociation – Fondamentaux
- ✓ La vente du prix

- ✓ Organiser et gérer son activité commerciale
- ✓ Du comportement de vente au style d'achat

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)  
**Tel : 01 60 13 51 00**  
**www.adepe.com**

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez identifier les zones qui influencent la qualité de votre impact au téléphone, mesurer votre efficacité, accroître votre taux de prise de rendez vous et développer votre fichier client. Vous êtes capable de mener des entretiens téléphoniques structurés, concis, avec aisance et rentabiliser votre temps.

# Les techniques de négociation

## Participants

Commerciaux itinérants et sédentaires, ingénieurs d'affaires...

**Durée :** 2 jours

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Jeux de rôles.
- Entraînement sur les situations présentées par chaque participant.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Objectifs

- Découvrir les étapes fondamentales d'un entretien de vente.
- Apprendre à structurer un entretien.
- Savoir découvrir les attentes et les besoins du client.

## Contenu de la formation

### La structure d'un entretien de vente

- Les phases clés d'un entretien
- Les motivations des interlocuteurs

### La préparation

- Les 4 étapes de la préparation
- La définition d'un objectif principal et de repli
- Les moyens pour atteindre l'objectif
- Les accords à obtenir

### La découverte du client

- La structure d'une découverte client
- La technique des questions
- La technique du DA
- Le FOCA
- Entraînement, jeux de rôles

### L'argumentation

- La structure d'une argumentation pertinente
- La technique du BAP
- Le lien avec les attentes du client

### Le traitement des objections

- La cause principale des objections
- Le comportement du client
- Le comportement du vendeur
- La technique des 4 C
- Bâtir sa réponse aux objections

### La conclusion de l'entretien

- Les techniques de conclusions
- Les accords à obtenir

## Cette formation s'inscrit dans un cursus comprenant 5 étapes

- ✓ La prospection téléphone
- ✓ Les techniques de négociation – Fondamentaux
- ✓ La vente du prix

- ✓ Organiser et gérer son activité commerciale
- ✓ Du comportement de vente au style d'achat

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez préparer un entretien de vente, découvrir les attentes et les motivations de vos interlocuteurs.

Vous êtes capable de structurer et de diriger vos entretiens, d'élaborer une argumentation pertinente.

# La vente en couleurs, ou comment capitaliser sur le comportement du client pour vendre

## Participants

Tous les profils de commerciaux.

**Durée:** 2 jours

La relation de vente est complexe, combinant produits et prestations, techniques de vente et prise en compte de son interlocuteur. Cette dernière dimension est primordiale, c'est souvent ce qui fait la différence entre un « vendeur » et un « bon vendeur ».

Vendre en couleurs » prend comme point de départ le fait que le succès du vendeur est basé sur :

- La connaissance de son propre style de vente
- La connaissance des grands styles de ventes
- Enfin et surtout sur la connaissance des différents styles d'achats

Car finalement la question cruciale n'est pas :

- « Comment je vends ? », mais plutôt
- « Comment mon interlocuteur achète ! »

## Objectifs

- Comprendre vos attitudes et celles de votre client lors du processus de vente ou d'achat.
- Identifier vos pistes de progrès et être capable d'adapter votre « style » de vente à celui qui correspond à la façon dont votre client achète.

## Méthodes pédagogiques

- En amont du stage, réalisation en ligne par chaque vendeur de son analyse « Puzzle Disc ».
- Remise du rapport d'analyse complet en début de stage.
- Jeux de rôles.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque vendeur.

## Contenu de la formation

### Le modèle DISC pour revisiter la relation client

- Le style de vente décliné pour chaque couleur.
- Le style d'achat décliné pour chaque couleur.
- Les indices pour connaître le profil DISC de votre interlocuteur.
- Les interactions entre les différentes couleurs.

### Découverte de son profil comportemental

- La pondération des 4 couleurs en comportement de base et en comportement adapté.
- L'intensité de ses 12 qualités personnelles.

### Votre profil comportemental appliqué au processus de vente

- Phase de préparation.
- Phase de contact.
- Phase de découverte.
- Phase d'argumentation.
- Phase de conclusion.

### Progresser dans la relation vendeur / acheteur

- Style de vente selon la couleur dominante de l'acheteur.
- Style d'achat selon la couleur dominante du vendeur.
- Jeux de rôle.
- Identifier ses forces et faiblesses et bâtir son plan de développement personnel.

## Cette formation s'inscrit dans un cursus comprenant 5 étapes

- ✓ La prospection téléphone
- ✓ Les techniques de négociation – Fondamentaux
- ✓ La vente du prix

- ✓ Organiser et gérer son activité commerciale
- ✓ Du comportement de vente au style d'achat

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, les participants connaissent leur profil de vendeur, leurs points forts et leurs zones de vigilance. Ils sont capables d'identifier le profil d'un client et d'adapter leur comportement et leur mode de communication en conséquence, afin de réussir leurs ventes.

# Process Communication VENTE

## Participants

Equipe commerciale itinérante et sédentaire

Durée : 2 jours

## Objectifs

Lorsque qu'un commercial échange avec son client/prospect, il souhaite faire comprendre les avantages de son offre et faire adhérer son interlocuteur. Pour cela, le commercial utilise un mode de communication qu'il pense adapté à son interlocuteur.

Si ce mode de communication (fond et forme en découverte, argumentation...) convient à l'interlocuteur il «entendra» correctement ce qui lui est dit et donc les bénéfices qu'il retirera de l'offre qui lui est faite. Le client prendra alors des décisions favorables à la démarche du commercial.

Si le mode de communication n'est pas adapté, il y a risque d'objections majeures avec pour conséquence de perdre la vente, voire la relation avec le client/prospect.

Si cette situation n'est pas rapidement corrigée en utilisant le style le mieux adapté à son ou ses interlocuteurs, s'installe alors une *mécommunication* qui positionne rapidement le commercial dans un état de stress négatif.

Sous stress négatif, nous ne percevons plus la réalité correctement, interprétons mal les messages du client/prospect nous conduisant souvent à tenir des propos inadéquats et avoir des comportements en décalage total avec l'interlocuteur.

**L'objectif de la Process Communication VENTE est de personnaliser sa communication commerciale afin d'optimiser l'efficacité de ses négociations.**

## Méthodes pédagogiques

- Inventaire de personnalités
- Réflexion individuelle
- Exercices d'application
- Apports de connaissances
- Travail de groupe
- Entraînement sur la base des cas concrets
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant

## Contenu de la formation

### Les six types de personnalité

### Les motivateurs de vente de chaque personnalité

- Les besoins psychologiques.
- Les perceptions de la vente.
- Les canaux de communication.

### L'approche gagnante de la négociation

- Les particularités de l'argumentation en fonction de chaque profil (orale et écrite).
- Les motivations d'achat de chaque personnalité.
- La gestion de l'entretien.

### Les caractéristiques de la phase et les conséquences en négociation

### Entraînement intensif

## Les acquis

A l'issue de la formation, vous êtes capable :

- d'identifier de façon simple les différentes facettes de votre propre comportement,
- de comprendre comment vos interlocuteurs « fonctionnent »,
- de gérer un entretien pour le rendre plus productif,
- de bâtir une argumentation efficace en rapport avec chaque personnalité,
- d'établir des offres plus vendeuses,
- de gérer les situations de conflits avec un client.

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

# Négocier en période de crise

## Participants

Commerciaux itinérants et sédentaires,  
Ingénieurs d'affaires...

**Durée** : 2 jours

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Jeux de rôles.
- Entraînement sur les situations présentées par chaque participant.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Objectifs

- Comprendre les règles d'une négociation dans un marché difficile.
- Apprendre à gérer un entretien.
- Savoir découvrir les attentes et les besoins du client.
- Apprendre à bâtir une offre concurrentielle efficace.
- S'entraîner à argumenter et à pousser à la décision.

## Contenu de la formation

- **La préparation d'une négociation**
  - Les 4 étapes de la préparation
  - La définition d'un objectif principal et de repli
  - Les moyens pour atteindre l'objectif
  - Les accords à obtenir
- **Comprendre le client et élaborer son offre**
  - La structure d'une découverte client
  - La technique du DA
  - Le FOCA
  - Entraînement, jeux de rôles
- **Argumenter son offre et ses prix**
  - La structure d'une argumentation concurrentielle
  - La technique du BAP
  - Le lien avec les attentes du client
  - Le prix dans l'argumentation
- **Le traitement des objections**
  - La cause principale des objections
  - Le comportement du client
  - Le comportement du vendeur
  - La technique des 4 C
  - Bâtir sa réponse aux objections
- **Pousser à la décision**
  - Les techniques de conclusions
  - Les accords à obtenir

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez préparer un entretien de vente, découvrir les attentes et les motivations de vos interlocuteurs.

Vous êtes capable de structurer et de diriger vos entretiens, d'élaborer une argumentation pertinente.

# La vente du prix

## Participants

Commerciaux itinérants et sédentaires, ingénieurs d'affaires...

**Durée** : 2 jours

## Objectifs

- Défendre ses prix de vente et sa marge en sachant valoriser son offre.
- Présenter le prix et faire face au marchandage concurrentiel.

## Méthodes pédagogiques

- Quiz.
- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel pour chaque participant.

## Contenu de la formation

### Le prix et son environnement

- Les résistances face au prix
- L'approche et les comportements face à un acheteur

### La vente du prix

- L'impact d'une remise sur ses objectifs
- Les avantages de son offre
- Les techniques de présentation du prix
- Le prix dans la rédaction d'une offre

### Les offres concurrentes

- Les coûts cachés
- Le positionnement de son offre
- Vendre la différence

### L'objection prix

- Les freins de l'acheteur
- Le traitement de l'objection prix

### Les exercices d'application

## Cette formation s'inscrit dans un cursus comprenant 5 étapes

- ✓ La prospection téléphone
- ✓ Les techniques de négociation – Fondamentaux
- ✓ La vente du prix

- ✓ Organiser et gérer son activité commerciale
- ✓ Du comportement de vente au style d'achat

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

**Tel : 01 60 13 51 00**

**www.adepe.com**

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez préparer la phase prix dans vos offres et vos négociations.

Vous êtes capable d'utiliser des techniques de présentation du prix adaptées à votre contexte.

Vous savez traiter les objections ayant trait au prix.

# Bâtir une approche commerciale différenciée

## Participants

Chefs des ventes, commerciaux, ingénieurs d'affaires...

**Durée** : 2 jours

## Objectifs

- Faire la différence lors de négociations en ayant une approche et une offre tactiques pertinentes.
- Apprendre à construire une approche commerciale différenciée en fonction de la cible « clients » et de la concurrence.
- Savoir valoriser vos différences lors des négociations.

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Préparation par chaque participant d'une approche différenciée pour une négociation à venir.
- Entraînement intensif à la présentation de son offre différenciée en négociation.
- Vidéo.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### Les principes fondamentaux de la segmentation « clients »

- Les différents segments.
- Les critères de mesure d'un client.
- Comment obtenir les informations.
- L'impact sur l'élaboration d'une offre commerciale.

### Bâtir son offre différenciée

- Les comportements et attentes de chaque famille.
- La matrice des opportunités.
- La matrice des attentes.
- La matrice de positionnement concurrentiel.
- L'argumentation concurrentielle.

### L'offre différenciée en négociation

- Les clés de l'influence.
- La vente d'idées.
- La vente de solutions.

### Les exercices d'application

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez utiliser les outils d'analyse tactique. Vous êtes capable d'élaborer une offre concurrentielle différenciée et valoriser vos atouts. Vous repartez avec des modèles d'outils et de démarches d'approche différenciée.

# Stratégie comptes clés

## Participants

Commerciaux, ingénieurs d'affaires...

Durée : 2 jours

## Objectifs

Apprendre à élaborer et à mettre en œuvre auprès d'un compte clé une approche stratégique visant le renouvellement d'un appel d'offre et le développement de sa part de marché.

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Adaptation de la démarche en travaillant sur les situations présentées par chaque participant.
- Elaboration d'un plan d'action personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### L'analyse de la situation

- Les informations à maîtriser
- L'analyse AFOM
- Les objectifs prioritaires et les étapes intermédiaires
- Les zones d'exigences

### La stratégie de contact

- Les circuits de décision formels et informels
- Le jeu des influences
- La matrice QRC
- Les différentes typologies de contacts
- Les motivations rationnelles
- Les motivations irrationnelles
- Le poids relatif des actions

### La stratégie de vente

- La crédibilité auprès des contacts
- La stratégie à mettre en œuvre (concurrence, produit, client, dynamique commerciale...)
- La stratégie de vente
- Le DAPA

### La stratégie d'action

- La définition des actions à entreprendre en nombre, orientation et qualité
- Le décalage temps
- La planification des actions

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous êtes capable d'analyser de façon factuelle votre situation chez un compte clé et d'élaborer une réelle démarche stratégique. Vous repartez avec un guide de la démarche stratégique.

# La vente sur salon

## Participants

Animateur des ventes,  
commerciaux, hôtesses.

**Durée** : 2 jours

## Méthodes pédagogiques

- Apports de connaissances.
- Etudes de cas.
- Atelier de travail.
- Exercices en groupe.
- Vidéo.
- Construction de supports.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Objectifs

- Comprendre les enjeux commerciaux pour l'entreprise.
- Accroître sa banque de données.
- Acquérir une structure de face à face sur stand opérationnelle et efficace.
- Optimiser votre impact grâce à un comportement adapté à cet environnement.

## Contenu de la formation

### Les objectifs de la vente sur salon

- Les objectifs poursuivis par l'entreprise.
- Les missions du commercial.

### L'organisation et la gestion d'un salon

- Avant : objectifs commerciaux, cibles prospects clients, cibles produits et/ou services, missions des collaborateurs présents, veille concurrentielle.
- Pendant : gestion des contacts et des flux, accueil des visiteurs, le face à face sur stand.
- Après : suivi des contacts.

### Le face à face sur le stand

La structure des contacts :

- La phase d'accroche.
- La découverte de l'objectif principal de la visite.
- Les clés d'acceptation.
- La position d'achat et le profil de l'interlocuteur.
- L'argumentation ciblée.
- Le traitement des objections.
- Les engagements à obtenir.
- La prise de rendez vous.

### Le comportement commercial

- L'attitude générale à véhiculer et les comportements à adopter.
- Les gestes et les mots tabous à éviter.
- Les espaces de communication à respecter.
- Gérer des situations difficiles.

### L'entraînement au face à face

Entraînement intensif sur les situations travaillées durant le séminaire et sur des chantiers en préparation par les participants.

Pour vous inscrire ou avoir plus  
d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation vous êtes capable de mesurer votre efficacité, d'accroître vos ventes comme votre fichier client et de mener des entretiens structurés, concis et avec aisance sur stand.

# La vente additionnelle

## Participants

Administration des ventes, hot line, techniciens SAV, magasiniers, agents de comptoir.

Toute personne en contact direct ou indirect avec les clients.

**Durée** : 2 jours

## Objectifs

- Développer les capacités des collaborateurs non commerciaux à effectuer des ventes.
- Faire acquérir une maîtrise des techniques de négociation indispensables à la vente de produits et services additionnels.

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Entraînement intensif.
- Jeux de rôles.
- Vidéo.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### La structure d'un entretien

- Les phases clés de l'entretien.
- La définition d'un objectif.

### L'écoute active

- Les clés de l'écoute active.
- La motivation du client.
- Découvrir les besoins et les attentes du client.
- La technique du FOCA.
- Les exercices d'application.

### La vente du produit additionnel

- La structure de l'argumentation « produit additionnel ».
- Valoriser les avantages de son offre.
- Montrer l'intérêt au client de saisir l'opportunité.
- L'obtention d'un accord.

### Les obstacles à la vente additionnelle

- La cause principale des objections.
- La technique des 4 C.
- Bâtir ses réponses aux objections.

### La conclusion de l'entretien

- Les techniques de conclusions.

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez découvrir les besoins supplémentaires des clients, argumenter sur les produits et services additionnels, et faire prendre une décision d'achat.

# La relation commerciale après-vente

## Participants

Techniciens, chefs d'atelier, réceptionnistes, magasiniers.  
Toute personne à l'après-vente en contact avec le client.

**Durée :** 2 jours

## Objectifs

- Développer le comportement commercial des collaborateurs après-vente.
- Les rendre capables de valoriser la qualité des prestations rendues afin d'optimiser la satisfaction des clients Après-vente et de les fidéliser pour le renouvellement de leurs achats.

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Jeux de rôles.
- Entraînement sur les situations présentées par chaque participant.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### La fidélisation d'un client

- La raison de la perte d'un client.
- Les comportements et les motivations du client.
- La responsabilité de chacun vis-à-vis de la satisfaction et fidélisation du client.
- L'enjeu de la satisfaction client.
- Les attitudes et les comportements pour un bon service client.

### La communication avec le client

- Le schéma de la communication.
- Les obstacles à la communication.
- Les conducteurs.
- L'écoute active.
- S'exprimer avec les bons mots.

### De l'accueil à la conclusion de l'entretien

- La gestion des rendez-vous.
- L'accueil.
- La compréhension de l'attente du client.
- Rendre visible son intervention.
- La présentation du prix et l'explication de sa facture.
- La conclusion de l'entretien.

### La gestion des situations conflictuelles

- Les différentes situations conflictuelles.
- L'origine des difficultés.
- Le comportement du client.
- Comment traiter les objections clients.
- La technique des 4 C.

### Les particularités d'un entretien téléphonique

- L'outil téléphone.
- Les attitudes d'un client au téléphone.
- Les 3 compétences clés au téléphone.
- S'exprimer au téléphone.
- Le contrôle de la perception de son message.

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

Tel : 01 60 13 51 00

[www.adepe.com](http://www.adepe.com)

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez mener un entretien porteur de satisfaction client. Vous êtes capable de traiter les situations conflictuelles et d'utiliser les bons comportements.

# L'accueil téléphonique, 1<sup>ère</sup> source de satisfaction clients

## Participants

Toute personne réceptionnant les appels clients.

**Durée** : 2 jours

## Objectifs

- Optimiser la qualité de l'accueil fait aux appels téléphoniques entrants.
- Comprendre les attentes des clients et mesurer l'impact de ses comportements sur la satisfaction client.
- Maîtriser les règles de la relation client interne et externe au téléphone.

## Méthodes pédagogiques

- Quiz, Film.
- Etude d'un cas concret.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Entraînement intensif.
- Jeux de rôles.
- Vidéo.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### Le regard du client

- La raison de la perte d'un client.
- Les comportements et attentes du client.
- Les différences entre client externe et client interne.
- La responsabilité de l'accueil vis-à-vis de la satisfaction et fidélisation du client.
- L'enjeu de la satisfaction client.
- Les attitudes et les comportements pour un bon accueil client.

### L'importance de la communication

- Le schéma de la communication.
- Les obstacles à la communication.
- L'écoute active.
- S'exprimer avec les bons mots.
- Transmettre le message du client.

### Les règles de l'accueil téléphonique

- L'outil téléphone.
- Les attitudes d'un client au téléphone.
- Les 3 compétences clés au téléphone.
- S'exprimer au téléphone.
- Le contrôle de la perception de son message.
- Transmettre une communication.

### La gestion des appels difficiles

- Canaliser le client.
- Faire preuve d'écoute.
- Le recadrage et la reformulation.

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

**Tel : 01 60 13 51 00**

**www.adepe.com**

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous savez pourquoi et comment penser « clients ». Vous êtes capable de réaliser un accueil téléphonique porteur de satisfaction client et de traiter les appels difficiles en utilisant les bons comportements.

# Ecoute et communication client au service de l'efficacité commerciale

## Participants

Les commerciaux, toute personne ayant une mission de vente directe.

**Durée** : 2 jours

## Objectifs

- Détecter et comprendre le mode de communication du client.
- Savoir adapter son propre comportement en fonction de l'interlocuteur.
- Communiquer de façon efficace en favorisant la relation positive, la confiance.

## Méthodes pédagogiques

- Quiz.
- Réflexion personnelle.
- Apports de connaissances.
- Jeux de rôles.
- Exercices individuels et en groupe.
- Vidéo.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### Se connaître pour mieux communiquer

- Les conducteurs.
- Les croyances et ses valeurs.
- Les filtres.
- Les positions de vie.

### Comprendre le comportement de vos clients

- Les motivations professionnelles.
- Les motivations dans la vie.
- Les différents types d'interlocuteurs.
- Leur mode de communication et de comportement.

### Les outils pour bien communiquer

- L'écoute active.
- L'observation et le calibrage.
- La synchronisation.
- Le recadrage.

### La communication indirecte et d'influence

- L'éloquence.
- Les métaphores.

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

**Tel : 01 60 13 51 00**

**www.adepe.com**

## Les acquis

A l'issue de la formation, vous connaissez votre propre type de comportement et son effet sur les autres. Vous savez identifier rapidement celui de vos clients et adapter votre communication en utilisant outils et méthodes propres à la rendre plus efficace.

# Le traitement des réclamations

## Participants

Hot line, service après-vente, service relation client.  
Plus généralement, tous les collaborateurs amenés à faire face à des réclamations.

**Durée** : 2 jours

## Objectifs

Comprendre les mécanismes de la réclamation afin de mieux :

- Vivre ce moment difficile.
- Utiliser cette situation pour renforcer notre image personnelle et celle de l'entreprise.
- Rechercher la satisfaction et la fidélisation du client.

## Méthodes pédagogiques

- Quiz.
- Etude d'un cas concret.
- Exercices individuels et en groupe.
- Apports de connaissances.
- Entraînement intensif.
- Vidéo.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### Les enjeux d'une réclamation

- La définition d'une réclamation.
- Les enjeux d'une réclamation non traitée ou mal traitée.

### La réaction des clients

- Le comportement du client.
- Les attentes du client.
- Les différences entre la forme et le fond d'une réclamation.

### La réaction du collaborateur

- Les différentes réactions.
- Le rationnel et l'irrationnel.

### Le traitement des réclamations

- Le rôle du collaborateur.
- Les comportements adaptés.
- Les réclamations difficiles.
- Le cycle des croyances.

### Prévenir les réclamations

- Les outils de communication.
- Les informations à obtenir.
- La pertinence de la solution.

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)

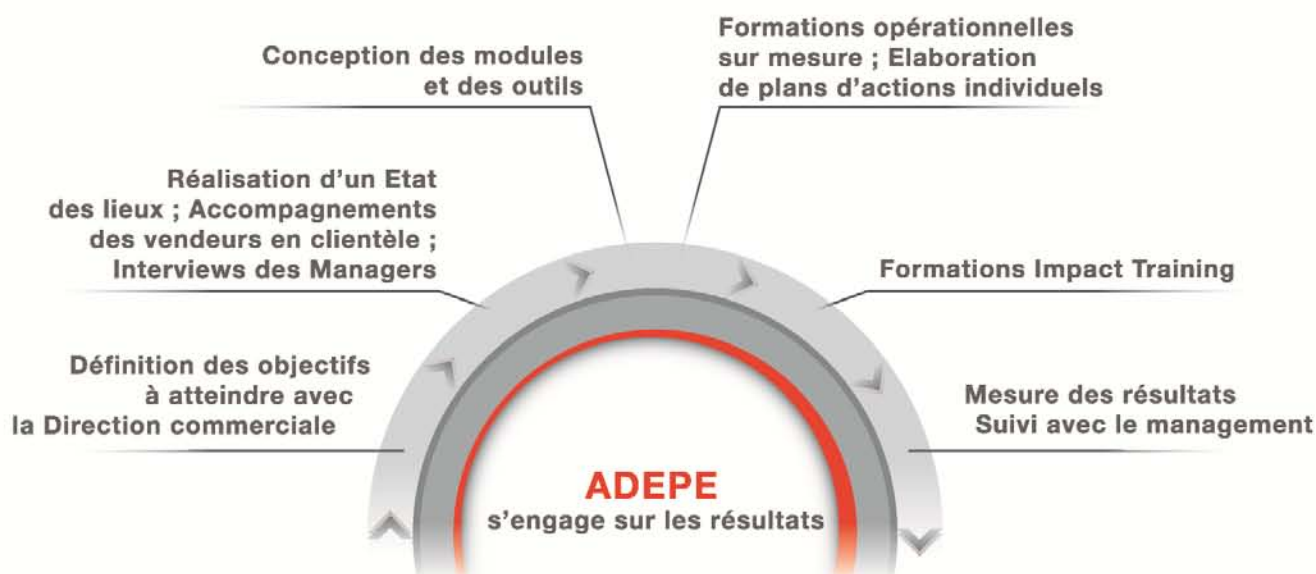
**Tel : 01 60 13 51 00**

**www.adepe.com**

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous avez compris les mécanismes de la réclamation. Vous savez mieux vivre ce moment déplaisant et utiliser cette situation pour renforcer votre image personnelle et celle de l'entreprise.

**Des interventions qui prennent en compte vos objectifs  
et les réalités de l'entreprise comme celles du terrain**



**ADEPE**

Les Conquérants  
1 avenue de l'Atlantique  
91976 Courtaboeuf cedex

**01 60 13 50 00**

**[www.adepe.com](http://www.adepe.com)**

**[info@adepe.com](mailto:info@adepe.com)**

