

## PROGRAMME

### → Prérequis

Aucun pré-requis n'est demandé.  
Le ou la stagiaire doit avoir une bonne connaissance des objectifs et de l'offre de service de l'entreprise et de son marché.

### → Durée

à partir de 2 jours de formation selon la taille de l'entreprise, les objectifs spécifiques et le public concerné.

*Délai d'accès : selon les délais des demandes de financement OPCO et planning*

### → Public visé

Cette formation s'adresse à tous les dirigeants et salariés d'entreprise dont la fonction implique de gérer la relation-client avec des entreprises privées.

### → Nombre de participants

De 1 à 10 personnes  
Accueil des personnes en situation de handicap et aménagement possible, merci de nous consulter

### → Outils pédagogiques

Salle, tables et chaises,  
Tableau effaçable / Paperboard.  
Vidéoprojecteur

### → Méthodes Pédagogiques

Approche participative, déductive avec transmission des connaissances jeux de rôles/ mise en situation.

### → Formateur(s)

Consultant expert en marketing et communication

### → Evaluation des acquis

Exercices d'application, évaluation continue par le formateur, auto-évaluation et attestation de fin de formation

### → Tarifs hors taxes

Module standard = 1 400 €ht  
Journée supplémentaire de formation = 700 €ht

## DISCOURS COMMERCIAL ET RELATION CLIENT

### Objectifs de la formation

- Donner au stagiaire les connaissances, la méthode et les outils pour se mettre dans une posture de relation commerciale avec des entreprises privées, connaître leurs attentes,
- Construire un discours qui lui permette d'être acteur de la pérennité de la relation commerciale avec son organisation.
- Savoir s'adapter à ses interlocuteurs et à son offre commerciale au fur et à mesure de son évolution.

### PROGRAMME

#### Quelles sont les attentes vis-à-vis d'une fonction de RELATION CLIENT

1. Qu'est-ce la relation client ?
  - a. Les attentes des clients -
  - b. La posture commerciale : les enjeux d'une relation commerciale
  - c. Exercice d'application : identifier et reconnaître les différences dans le relationnel
2. Comment construire mon « discours » commercial ?
  - a. Le discours commercial – construction théorique et langages (perceptions, implications)
  - b. Les objectifs d'un discours commercial dans le cadre de leur fonction
  - c. Revenir sur l'offre de service de la structure
  - d. Application de la posture et du discours commercial dans toutes les activités de la fonction du stagiaire

#### Etre acteur du développement commercial de sa structure

1. Retour sur la posture « commerciale » : vue d'ensemble des enjeux
  - a. Définition et attentes : la loi du marché et la nécessité de développement
  - b. Analyse de l'entreprise ou organisation – les opportunités de développement
2. Exercice d'application :
  - c. Identification des opportunités de développement dans la fonction du stagiaire
  - d. Exercice d'application : lister les activités majeures de la fonction du stagiaire et formuler pour chacune son évolution.

### Modalités de personnalisation

Ce programme correspond une formation standard construite pour pouvoir répondre aux objectifs de la plupart des entreprises et des professionnels.

Cependant, la durée de la formation sera adaptée en fonction de :

- nombre des stagiaires
- postes occupés par les stagiaires au sein de la structure et compétences initiales
- disponibilité des stagiaires
- attentes spécifiques du dirigeant

