

LE MARKETING RELATIONNEL

PUBLIC Vos collaborateurs non commerciaux qui sont en relation avec les clients de l'entreprise pour leur soumettre des prestations et/ou des services (Comptables, Informaticiens, Architectes, Ingénieurs...)

OBJECTIFS Communiquer avec le client, c'est vendre une relation
Faciliter la prise de parole, sensibiliser les stagiaires au « non-verbal », adapter son argumentation et sa communication en fonction du public, utiliser différentes sortes d'argumentations. Cette journée est premièrement, basée sur l'entraînement et la répétition des exercices, puis, sur la reformulation et la synthèse des travaux des participants afin de renforcer l'acquisition des automatismes.

DURÉE 1 journée

PROGRAMME

- Prendre conscience de l'importance de communiquer avec son client,
- Qu'est-ce que le marketing relationnel ?
- Les outils d'une bonne communication - l'écoute active et non active, la reformulation, le questionnement...
- L'efficacité de la prise de décision collective (relation avec le client) par rapport à la prise de décision individuelle,
- 8 différents types d'argumentations - l'argumentation par analogie, comparaison, par déduction ...
- Donnez de la couleur à vos interventions,