GESTION DES CLIENTS DIFFICILES

Programme complet

1) Pourquoi et comment naissent les conflits ?

- Identifier les différents types de conflits,
- Comprendre leur cause et origine,
- Avoir conscience des enjeux stratégiques pour soi et pour son entreprise.

Autodiagnostic de Thomas Kilman pour prendre conscience du comportement adopté en situation de conflit

2) Se préparer à gérer les conflits

- Bâtir une stratégie de gestion des conflits : qui fait quoi ? quelle procédure ?
- Soigner sa communication, verbale et non-verbale : adapter son langage et sa gestuelle

Atelier collectif : bâtir la stratégie de gestion des conflits

3) Développer ses compétences relationnelles

- Améliorer ses capacités d'écoute : écoute active, questionnement sur les besoins et attentes, reformulation,
- Pratiquer l'empathie pour comprendre et intégrer le cadre de référence du client,
- Maîtriser ses émotions.

Exercices : écoute active / questionnement / reformulation

4) Les étapes nécessaires pour gérer le conflit

- Etablir un premier contact qui permette de créer une mise en confiance du client,
- Savoir écouter et questionner pour comprendre le besoin et l'attente du client : identifier la cause du conflit,
- Clarifier les accords et les désaccords,
- S'expliquer sans se justifier et réguler l'échange,
- Rechercher la solution commune, gagnant / gagnant
- Faire ressortir les bénéfices mutuels,
- Assurer un suivi si nécessaire,
- Clôturer le conflit.

Jeux de rôles pour expérimentation et appropriation de la méthode

Debriefing individuel

Rédaction de la feuille d'engagement post formation avec définition et mise en place d'un plan d'actions individuel.

Objectifs pédagogiques

Comprendre l'importance de la gestion des conflits clients pour l'image de l'entreprise,

Adopter un comportement positif et maîtriser ses émotions lors de conflits clients,

Mettre en place une stratégie de gestion des conflits clients (procédure et discours),

Sortir du conflit gagnant / gagnant avec une solution profitable pour les 2 parties.

Public concerné

Cette formation est accessible : aux commerciaux, assistantes commerciales, SAV, administratifs et tous collaborateurs souhaitant faire face à des situations tendues de relation clientèle.

Pré-requis

Aucun

Durée

16h00

Moyens Pédagogiques

- des trainings de découverte, les participants réalisent collectivement des ateliers qui visent à leur faire prendre conscience qui « savent », qu'ils ont la solution mais qu'ils ne « l'appliquent » pas systématiquement,
- des trainings d'expérimentation, les participants s'impliquent, testent, s'entrainent et expérimentent pour s'approprier le comportement nouveau,
- des trainings d'opérationnalité, les participants produisent les outils, qui sont la concrétisation de leur réflexion et production collectives, qui seront utilisés dès leur retour en entreprise.

Evaluation du contrôle des connaissances

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de mises en situation et de travaux pratiques.

Mode de validation de la formation

Attestation de formation.