

Dans un contexte où les attentes du client sont toujours plus grandes, il est important pour les fournisseurs internes/externes d'optimiser leur rencontre client et de consolider leur relation avec ce dernier. Pour bâtir des liens solides, les agents doivent être en mesure d'identifier le besoin et les attentes de leur client (interne/externe) et de le rassurer sur leur capacité à y répondre. L'agent doit connaître son impact personnel sur le client, savoir utiliser le processus de la communication-client et différentes techniques de communication afin d'atteindre les résultats escomptés.

### OBJECTIFS

**IDENTIFIER LE BESOIN/ATTENTES DU CLIENT (INTERNE-EXTERNE) ET LE RASSURER SUR LA CAPACITÉ DE SON ORGANISATION OU SERVICE À Y RÉPONDRE.**

Au terme de cette session, les participants seront en mesure de :

- *identifier les intentions et attentes de leur client;*
- *franchir efficacement toutes les étapes de la rencontre-client;*
- *évaluer leurs attitudes personnelles et leur impact sur la relation avec le client.*

### CONTENU

Définir la notion de client : ses besoins, ses valeurs, son style.

Définir les facteurs de satisfaction du client.

Percevoir l'impact des communications dans la satisfaction du client.

Identifier et utiliser les étapes de la communication-client.

Déterminer le profil de compétence d'un employé en contact avec les clients : connaissances, habiletés, qualités personnelles.

Identifier son style personnel dans la communication-client et évaluer son impact sur la clientèle.

Maximiser son impact dès les premiers instants.

Découvrir les besoins et attentes du client.

Communiquer sa solution aux besoins et attentes du client et valider avec ce dernier.

Identifier et utiliser les interventions possibles en situation de communication-client.

Réagir adéquatement dans les cas d'objections et de plaintes de manière à satisfaire le besoin du client.

### MÉTHODOLOGIE

À travers de brefs exposés, des discussions en sous-groupes, des questionnaires et des études de cas, les participants sont amenés à faire le point sur leurs connaissances, leurs attitudes et leurs habiletés relatives aux communications-client. Les participants sont ensuite mis en situation afin de développer leurs aptitudes à franchir efficacement les étapes de la communication-client. Ils acquièrent enfin une meilleure compréhension de leurs impact et comportement grâce au feedback reçu des autres participants.

### PARTICIPANTS (maximum 12)

Toute personne qui, dans son travail, doit communiquer directement avec des clients internes ou externes, peu importe la nature de la communication : vente de produits ou de services, service à fournir, cueillette d'informations ou renseignements à donner.

