

Relation client : Optimisez votre potentiel commercial

Performance commerciale - Relation client - 2026

La formation en résumé

Pour se démarquer de la concurrence et fidéliser les clients, toutes les fonctions de l'entreprise participent à la valorisation de leur entreprise. Comment y contribuer, comment améliorer sa posture commerciale et développer la qualité au service du client ?

À l'issue de cette formation, grâce à des outils facilement utilisables dans votre quotidien, vous optimiserez votre relation client quelque soit la phase d'échange avec lui pour encore mieux le satisfaire et le fidéliser, tout en développant la qualité de service de votre entreprise.

+ Activités à distance incluses (micro-learning) pour s'entraîner de façon ludique à développer sa capacité d'écoute et à l'art du questionnement.

Objectifs :

- Renforcer son efficacité relationnelle dans les contacts avec les clients pour optimiser leur satisfaction et détecter des opportunités commerciales
- Communiquer positivement sur son entreprise, écouter pour répondre au besoin des clients, optimiser le suivi client
- Mesurer les enjeux de la qualité au service du client et participer à son amélioration

Participants :

- Assistant(es), collaborateurs des services commercial / ADV, chargés de relation client
- Collaborateurs non commerciaux au contact des clients : supports techniques, SAV, services de maintenance ou logistique, experts, ingénieurs
- Toute personne en relation avec des clients de manière physique ou téléphonique souhaitant améliorer la qualité de service du client et le parcours client dans son entreprise

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Le contenu

Mesurer les enjeux de la relation client

- La satisfaction du client comme enjeu capital pour l'entreprise quelque soit l'interlocuteur ou le canal de communication
- Repérer l'importance de la complémentarité des fonctions commerciales avec les fonctions supports, techniques ou d'assistance

Adopter une communication positive et valorisante sur son entreprise et son offre

- Connaître les clés et les freins de la communication
- Connaître les outils d'une communication de qualité : l'écoute active, la reformulation, un langage adapté, oser questionner, oser proposer
- Repérer les comportements et attitudes à développer dans la relation avec le client
- Développer la notoriété positive de l'entreprise à tous les stades de l'intervention

1 435 €

(non assujetti à la TVA)
+ Activités à distance (micro-learning) incluses



2 jours



(14 heures)



Cas pratiques



Mises en situation



Accès Mobile
learning

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 12/03, 13/03
- 23/06, 24/06
- 23/11, 24/11

Optimiser le contact et le suivi client à toutes les étapes

- Établir la prise de contact et identifier son interlocuteur et sa fonction
- Situer l'entretien et créer un climat de confiance
- Établir et maintenir une relation de confiance avec le client : les outils et astuces
- Rebondir sur les demandes « administratives » ou « techniques » des clients
- Maîtriser l'utilisation du téléphone en tant que vecteur de qualité lors d'une demande de rendez-vous
- Prendre conscience de l'importance de sa présentation
- Détecter les attentes du client, analyser ses besoins, collecter des informations qualitatives sur les clients et la concurrence
- Détecter les opportunités commerciales de contact et fidélisation et proposer les actions commerciales au bon moment
- Bien transmettre les informations utiles : nouveaux produits, nouveaux services

Développer une collaboration efficace avec le service commercial

- L'importance du respect de ses engagements, anticiper, prévenir les clients des retards ou annulations d'interventions, d'envoi de devis...
- L'importance d'une réponse unique entre la force de vente et les autres services lors d'un dysfonctionnement
- Développer une attitude proactive

Aborder les situations difficiles dans le cadre de la relation client

- Gérer les clients mécontents, exigeants, insatisfaits, les attitudes négatives et les objections
- Savoir dire non avec efficacité, tout en préservant la relation client

Développer la qualité au service du client

- Déployer une action de qualité de service
- Evaluer les impacts des actions menées auprès du client interne / externe

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement est envoyé en amont.

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#).

