



COMMENT AMÉLIORER LE SERVICE À LA CLIENTÈLE

Durée : 2 jours

Objectif général

À la fin de ce cours, le ou la participante sera en mesure de :

- ♦ se motiver dans son travail routinier;
- ♦ maximiser les critères actuels et les attentes de la clientèle en incluant les nouveaux produits et services que l'entreprise offre;
- ♦ augmenter les ventes dans tous les départements de l'entreprise par l'intermédiaire du service à la clientèle;
- ♦ valoriser et conserver l'éthique professionnelle ; un client c'est important, pour vous, pour lui, pour l'entreprise, à travers la communication entre les départements.

CONTENU DU COURS

Partie 1

- ♦ Présentation des participants et du formateur;
- ♦ Explication du but de cette formation;
- ♦ Pourquoi la réception ou le centre d'appel sont le cœur de l'entreprise;
- ♦ Analyse des départements qui sont reliés directement et indirectement pour le service aux clients;
- ♦ Quels sont les critères de sélection d'une entreprise par la clientèle;
- ♦ Qu'elle différence existe-t-il entre une clientèle régulière (ancienne), nouvelle et ciblée par la compagnie
- ♦ Atelier en équipes;
- ♦ La mise en valeur du produit par la technique de vente en considérant le client sous un angle qui échappe à vos concurrents;
- ♦ La gestion du temps, un des facteurs qui va faire la différence entre faire son travail ou performer dans son travail;
- ♦ Atelier en sous-groupes, connaissez-vous vos produits et vos services? Prouvez-le!!!
- ♦ Analyse de la journée avec connaissance des irritants dans votre travail;

Partie 2

- ♦ La connaissance de soi, l'énergie, les compétences, l'action, les attentes;
- ♦ Comment projeter une image professionnelle de soi, du produit, des services;
- ♦ Comment motiver les clients à acheter vos services, à vous apprécier, à vous aimer;
- ♦ Avez-vous des buts, comment les atteindre et respecter vos objectifs et ceux de la compagnie.
- ♦ Atelier, analyse des forces et des faiblesses des départements du service à la clientèle avec des solutions, pour améliorer le service à la clientèle;
- ♦ L'importance d'une attitude positive (plaintes de la clientèle).

Stratégie d'enseignement et évaluation des acquis

La session de formation est conçue sur une base de mise en pratique de la théorie. Des exercices sont intégrés après chaque démonstration afin de permettre aux participant(es) d'appliquer les notions apprises.

