

# RELATION CLIENT À L'ÈRE DE LA DDA (DDA COMPATIBLE)

COMPÉTENCES TRANSVERSALES



7h



Sur demande



Compatible

## OBJECTIFS

- Appréhender les principes fondamentaux de la relation commerciale,
- Maîtriser les bases de la communication verbale et non verbale,
- Comprendre les différentes phases de la relation client : avant, pendant, après,
- Gérer les objections et sortir d'une situation de blocage,
- Développer une relation de confiance.

## PUBLIC VISÉ

Chargés de clientèle, conseillers commerciaux, responsables commerciaux.



## Animation

**Geoffrey PRUNIER** : Spécialiste de la communication et de la relation client dans le secteur banque-assurance



## Prérequis

Aucun



## Tarifs

**Adhérent** : 1110€ HT par participant

**Non adhérent** : 1260€ HT par participant

**Intra** : nous consulter



## Méthodes pédagogiques

Exposé théorique | échanges et cas pratiques | mise en pratique par des jeux en groupe | QCM sur les comportements et postures assertives dans la relation commerciale à l'ère de la DDA



## Moyens pédagogiques

Diaporama | vidéos | tests interactifs | évaluations en direct

## PROGRAMME

### CONNAÎTRE LES FONDAMENTAUX DE LA RELATION COMMERCIALE

- I. Relation client ou expérience client, quelle différence ?
- II. Les principes de base de la vente d'assurance
- III. Analyser le profil de son interlocuteur
- IV. Faire la différence entre marchandage et négociation
- V. Comment développer une expérience client en face-à-face, au téléphone, par courriel

### PRÉPARER L'ENTRETIEN ET MAÎTRISER LES DIFFÉRENTES ÉTAPES CLÉS

- I. La préparation, une étape fondamentale
- II. L'information et la connaissance : les matières premières d'un entretien réussi
- III. Les principales étapes de la découverte client en assurance
- IV. Les comportements assertifs et écoute active

### GÉRER LES OBJECTIONS ET SORTIR D'UNE SITUATION DE BLOCAGE

- I. Savoir reconnaître les différentes objections : fondées et non fondées
- II. Rester maître de soi-même : communication verbale, non-verbale et para-verbale
- III. Les objections les plus courantes : enjeux de compréhension des attentes du client
- IV. La situation de blocage : causes, conséquences, traitement

### DÉVELOPPER LES VENTES ADDITIONNELLES

- I. Utiliser la découverte comme outil de développement des ventes
- II. Anticiper la vente d'après, développer la relation de confiance
- III. Faciliter l'adhésion aux propositions complémentaires

