

Communication clients

Sessions distancielles 2023



PatrickJAYCommunications



Qualiopi
processus certifié

■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée
au titre des catégories d'actions suivantes :

Actions de formation

DÉLIVRÉE PAR



ICPF
CERTIFICATION
QUALITÉ



Accréditation
N° 5-0616
Portée disponible
sur www.cofrac.fr

Mis à jour 9 MARS

FACE-CLIENT

+33 (0)6 07 19 18 42

contact@face-client.com

Face-Client
Communication client
Vente et négociation



Sessions distancielles : l'alternative souple et efficace au mode présentiel !

Une sélection de formations adaptées au format distanciel pour répondre à vos besoins de montées en compétences et à vos contraintes de plannings :

P3 *Savoir gérer les situations difficiles en accueil téléphonique clients*

P5 *Savoir répondre aux réclamations clients par téléphone*

P8 *Savoir répondre aux emails de réclamations clients*

P11 *Savoir répondre aux avis et commentaires clients sur internet*

P14 *Réussir sa prospection commerciale en B2B*

P17 *Créer et réussir son pitch commercial*

P19 *Réussir ses présentations commerciales B2B à distance - Essentiels*

P21 *Réussir ses entretiens de vente B2B : les fondamentaux*

**« Des spécialistes
de la communication clients
pour former vos collaborateurs à distance
plus sûrement, plus simplement et plus efficacement »**



SAVOIR GERER LES SITUATIONS DIFFICILES EN ACCUEIL TELEPHONIQUE CLIENTS

Référence CLIFRA02dist

Programme de formation

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les personnels qui reçoivent les appels entrants des clients et prospects de l'entreprise, font quotidiennement face à des comportements difficiles et agressifs. Ces clients et prospects ont parfois des comportements difficiles (stress et irritations de la vie quotidienne, incompréhensions et exigences techniques, énervements et emportements verbaux, intimidations et menaces verbales et physiques, agressions physiques).

Le stress causé par ces attitudes et comportements déstabilisants porte à la fois atteinte à la sérénité professionnelle de ces personnels de première ligne, et à la qualité de l'accueil téléphonique. Au-delà du savoir-faire de formation initiale et de terrain, ces personnels ont besoin d'acquérir des repères et techniques pour retrouver leur sérénité et maintenir la qualité d'accueil requise par les standards de certification.

BENEFICES DE LA FORMATION

Cette formation apporte aux personnels assurant l'accueil téléphonique des clients les repères, techniques et méthodes nécessaires à la gestion de leurs comportements difficiles pendant cette phase.

Ils apprennent à décrypter les intentions, les causes, les frustrations et les demandes qui se cachent derrière ces comportements difficiles et comment y répondre au mieux.

Ils en retirent un sentiment de contrôle rassurant sur les situations d'accueil, une capacité technique à contrôler les événements intrusifs en phase d'accueil, et un savoir-faire transmissible à l'équipe.

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir reconnaître les mécanismes, causes et facteurs favorisant les comportements difficiles des clients en accueil téléphonique ;
- Maîtriser les bonnes pratiques de gestion des situations délicates et des comportements difficiles en accueil téléphonique ;
- Savoir accueillir, informer, expliquer, conseiller, désamorcer, apaiser, etc. en ambiance tendue.

Public concerné

- Tous les personnels chargés de l'accueil téléphonique clients et prospects en entreprise et collectivité.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire.

Durée

- 1 jour (7h).

Les + pédagogiques de la formation :

- Consultant formateur expert en communication client, coach certifié, expert en relations difficiles, gestion du stress et des émotions, apaisement de tensions ;
- Questionnaire détaillé des attentes avant la formation ;
- Utilisation de cas fournis par les participants ;
- Travail sur la boîte à outil de gestion des comportements difficiles ;
- Démonstrations interactives : mises en situation d'accueil téléphonique ; 3/4 d'exercices pratiques ; mises en situation répétées ;
- Feedbacks bienveillants et prise en compte du contexte ;
- Contact direct avec le consultant expert en direct ; en amont, pendant et en aval de la formation ;
- 6 mois de hotline personnelle pour chaque participant(e).
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situation et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Aide-mémoires

- A l'issue, les participants reçoivent :
 - o Un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés ;
 - o Leurs enregistrements audios en référence future.
 - o Un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.



+ DE LA FORMATION

- Le contenu est très dense pour acquérir en un jour une compétence essentielle en accueil téléphonique clients ;
- Les modalités pédagogiques sont adaptées à la durée compacte de la formation ;

MODALITES DE SESSIONS

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 1^{er} semestre 2023

des inter-entreprises distanciels :

- 23 février ; 27 mars ; 24 avril ; 10 mai ; 26 juin ; 20 juillet ; 31 août ; 28 septembre ; 26 octobre ; 23 novembre ; 21 décembre.

Modalités

- 6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.
- Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 350 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible aux fonds de formation via la certification Qualiopi.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com. Confirmation sous 24 heures par retour. Sessions garanties à la 1^{ère} inscription. Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Signalez nous tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PROGRAMME COMPLET

LES CONDITIONS DE CONTROLE DE L'ACCUEIL TELEPHONIQUE CLIENT

- Les quatre composantes de la relation de confiance avec le client
- Consolider chaque composante pour maîtriser l'entretien
- Affirmer les prérogatives de sa fonction comme cadre de contrôle
- Connaître son mode de fonctionnement pour pouvoir l'adapter

ENTRETIEN D'ACCUEIL TELEPHONIQUE CLIENT : CONTRAINTES PHYSIQUES

- Relation de confiance : compenser l'absence d'indices non verbaux de type visuels (corps, sourire, etc.)
- Contrainte de temps : apprivoiser le stress de l'entretien sous pression
- Savoir utiliser des niveaux de langage professionnels convaincants

RAPPEL DES BONNES PRATIQUES FONDAMENTALES D'EXPRESSION ORALE

- Les expressions et mots de politesse / courtoisie
- Perfectionner son expression orale : clarté, dynamisme, précision
- Différencier les faits, les opinions et les sentiments dans ses arguments
- Savoir utiliser des précautions oratoires

ENTRETIEN D'ACCUEIL TELEPHONIQUE DIFFICILE : SAVOIR GERER SON STRESS

- Stress déstabilisant : connaître les vrais mécanismes du stress en entretien téléphonique client difficile
- Acquérir l'intelligence émotionnelle de ce type de situations
- Connaître ses réactions personnelles en accueil difficile pour pouvoir agir sur les déclencheurs
- Savoir agir sur ses ressentis des symptômes du stress

MAITRISER LES ETAPES DE L'ACCUEIL TELEPHONIQUE CLIENT

- Connaître les quatre types d'entretien téléphonique client difficiles
- Reconnaître les contenus de chaque étape de l'entretien
- Utiliser les étapes de l'entretien comme dynamique de rassurance
- Savoir utiliser les éléments de langage de rassurance fondamentaux

MAITRISER LES FACTEURS FAVORISANTS DES COMPORTEMENTS DIFFICILES

- Stress : comment gérer les spirales émotionnelles négatives
- Culturels : comment gérer la perte de face
- Genres : comment diffuser les croyances et préjugés
- Générationnels : dépasser les conflits de valeurs par les « grandeurs »

1. GERER UN ENTRETIEN DIFFICILE DE TYPE MALENTENDUS

- Malentendus, incompréhensions et désaccords : les mécanismes d'entretien spécifiques à connaître
- Savoir déchiffrer la demande et les arguments du client
- Méthode d'entretien raisonné et éléments de langage spécifiques
- Savoir argumenter en entretien de type désaccord et malentendus

2. GERER UN ENTRETIEN DIFFICILE DE TYPE FRICTIONS

- Insatisfactions et frictions : identifier leur apparition pour les diffuser
- Utiliser l'insatisfaction pour déchiffrer la demande réelle du client
- Méthode d'entretien raisonné + émotionnel : les langages spécifiques
- Savoir argumenter en entretien de type insatisfactions et frictions

3. GERER UN ENTRETIEN DIFFICILE DE TYPE TENSIONS

- Tensions : identifier leur apparition pour les diffuser
- Savoir agir sur la spirale émotionnelle négative pour ramener le client à la demande technique
- Préserver la relation avec le client : utiliser en parallèle la méthode d'entretien raisonné et émotionnel : éléments de langage spécifiques
- Savoir argumenter en entretien de type tensions

4. GERER UN ENTRETIEN DIFFICILE DE TYPE CONFLITS

- Conflits : impacts juridiques et procédures à disposition
- Accepter l'excès émotionnel et utiliser la méthode d'entretien émotionnel : éléments de langage spécifiques
- Savoir limiter les dommages par la mise à l'abri
- Signaler et déléguer la résolution du conflit

Actualisé en janvier 2023.



SAVOIR REpondre AUX RECLAMATIONS CLIENTS PAR TELEPHONE

Référence CLITEL04dist

Fiche de formation sur mesure

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les réponses aux réclamations téléphoniques clients sont des moments clés dans la fidélisation de la clientèle. Elles sont également le dernier rempart contre des avis internet défavorables.

Cependant, peu de collaborateurs ont les capacités à bien y répondre. Or, bien traitées, elles peuvent faire d'un client mécontent un avocat zélé de l'entreprise. Y répondre correctement permet de conforter le lien avec les clients existants, de les fidéliser, tout en exploitant ces informations pour améliorer les produits et services offerts.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation développe toutes les techniques d'entretien téléphonique spécifiques aux réclamations clients. Elle fournit les outils nécessaires à la prise en compte des demandes, à leur résolution, et au renforcement de la relation client.

Elle apporte une méthode complète et simple à mettre en œuvre pour pouvoir traiter les réclamations téléphoniques efficacement et rapidement, y compris en situations tendues.

CONTACT



Face-Client
PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

A la fin de la formation les apprenants sont capables :

- D'appliquer les bonnes pratiques de l'entretien de réponse aux réclamations client par téléphone
- De savoir adapter son attitude, son discours et son plan aux attentes de l'interlocuteur insatisfait
- De gérer le double stress conseiller/client et les tensions naissant de la pression des demandes de réparation
- De valoriser l'entreprise, ses produits et services auprès des clients insatisfaits

Public concerné

- Responsable service relation client, chargé de relations clients, responsable organisation ou qualité
- animateurs d'équipe de gestionnaires
- Tout collaborateur amené à répondre aux réclamations clients par téléphone

Prérequis

- Avoir une expérience pratique de la relation client.

Durée

- 1 jour (7h).

Les + pédagogiques de la formation :

- Consultant-formateur expert en communication client ;
- Mises en situation téléphoniques enregistrées : débriefings en groupe ;
- Feedbacks bienveillants et prise en compte constante du contexte des participants ;
- Utilisation de cas fournis par les participants ;
- Les apports théoriques explicitent et complètent le travail spécifique ;
- Travail exclusivement sur le contexte et les problématiques des participants ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.
- A l'issue, les participants reçoivent :
 - o Un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés ;
 - o Leurs enregistrements audios en référence future.
 - o Un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.



Actualisation : janvier 2023

MODALITES DE SESSIONS

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 1^{er} semestre 2023 des inter-entreprises distanciels :

- 27 janvier ; 24 février ; 28 mars ; 14 avril ; 25 mai ; 28 juin ; 19 juillet ; 30 août ; 27 septembre ; 25 octobre ; 22 novembre ; 20 décembre.

Modalités

6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.

Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 350 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible aux fonds de formation via la certification Qualiopi.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1^{ère} inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Enjeux et contraintes de la résolution des réclamations par téléphone

- La relation clients au téléphone : le principe de l'image virtuelle
- Etat des lieux, réalités, avantages et inconvénients de la résolution des insatisfactions clients au téléphone

Les facteurs clés de succès d'un entretien téléphonique réussi

- Points de vigilance en réponse aux réclamations clients par téléphone
- Huit clés de l'entretien téléphonique de réponse à une réclamation : disponibilité, courtoisie, clarté, compétence, honnêteté, confiance, consistance, orientation solution

Maîtriser les étapes et la progression de l'entretien

- Savoir accueillir et identifier un client insatisfait avec professionnalisme
- Efficacité de l'entretien : respect des étapes et du rythme
- Signaler explicitement le passage à une nouvelle phase de l'entretien
- Informer régulièrement le client de la progression de l'entretien vers la résolution de la réclamation

Compréhension de la réclamation

- Identifier l'objet de la réclamation et les attentes : comment faire s'exprimer le client
- Savoir poser les questions d'exploration qui permettent au client de se sentir pris en compte
- Comment développer l'écoute active (marqueurs, reformulations, questions, etc.)
- Travailler sa reformulation pour valider la compréhension de la demande
- Confirmer, nuancer, ajouter, clarifier : dissiper les ambiguïtés

Prise en compte émotionnelle de l'insatisfaction du client

- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client
- Abaisser le niveau de stress / émotionnel du client
- Repères de courtoisie envers le client
- Projeter une image professionnelle : les effets d'expression orale
- Accepter la légitimité de l'expression de réclamation
- Savoir désamorcer en reconnaissant une possible erreur
- Soigner la relation avec le client : montrer de l'empathie
- Valoriser et rassurer le client tout au long de l'entretien
- Développer « l'esprit de résolution » : rassurer, construire et positiver

Méthode et attitudes relationnelles : gérer les situations tendues

- Comment créer de l'empathie par le mirroring émotionnel
- Comprendre les cadres de référence et situations personnelles
- Techniques pour limiter et désamorcer les tensions en réclamations au téléphone
- S'affirmer sans agressivité : les outils de l'assertivité
- S'appuyer en continu sur les principes de négociation raisonnée
- Connaître la mécanique de la montée du stress chez le client et les leviers disponibles
- Développer son empathie grâce à l'écoute active et la reformulation
- Reprendre en main l'entretien pour l'orienter vers la résolution de la réclamation

Réponse à la réclamation : issues de la demande

- Comment cadrer et structurer sa réponse
 - o Adopter un comportement orienté solution
 - o Savoir orienter, conseiller, prendre le client en charge
 - o SOPASA : grille de résolution de demande
- Adapter sa réponse en fonction de la demande (transmission vers le service adéquat, renseignement sur offres / services, adhésion, réclamation, litige, etc.)
- Bien présenter les excuses de l'entreprise si pertinent
- Proposer une réponse et la faire valider par le client
- Savoir valoriser la réponse positive à la réclamation

Refuser d'accéder à la demande

- Utiliser un plan et des formulations adaptés pour atténuer le refus
- Motiver les décisions : faire valoir ses arguments en douceur
- Savoir valoriser les compensations offertes

Maîtriser la conclusion de l'entretien : au-delà de la réclamation

- Renforcer la relation fidèle avec l'entreprise
- Conclure sur le futur et ses opportunités
- Verrouiller l'entretien avant de conclure : s'assurer d'avoir répondu aux attentes, que tous les points de la réclamation ont été traités
- Disposer de formules de verrouillage et d'accord final
- Savoir quand et comment conclure efficacement l'entretien

Maîtriser l'expression verbale

- Les tons et niveaux de langage à utiliser
- Comment s'exprimer avec plus de précision et de clarté
- Les mots et expressions propres au téléphone (qui rassurent, informent et précisent)
- Utiliser des précautions oratoires, des mots de courtoisie
- Compenser l'absence du canal visuel : savoir être explicite
- Savoir différencier le traitement des faits, opinions et sentiments dans son discours
- Expliquer, informer et éduquer pour fidéliser le client
- Être proactif en entretien
 - o Techniques de reformulation, d'exploration et de questionnement
 - o Interruptions et verrouillages

Faire du non verbal un atout

- Utiliser la synergie des trois composantes de la communication interpersonnelle : oral, gestuel, verbal
- Contrôle et utilisation du débit, de la diction, et du rythme
- Poser sa voix pour projeter une image sonore professionnelle (articulation, débit, variations)
- Le langage non-verbal adapté à la communication par téléphone
- Postures physiques à adopter pour un impact positif sur la perception à l'autre bout de la ligne

CONTACT



Face-Client
PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Actualisation : janvier 2023



BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les écrits de réclamations clients sont des indicateurs directs du potentiel de fidélisation envers l'entreprise. Si elle sait y répondre correctement, elle peut garder un lien fort avec ses clients existants et les fidéliser. Elle peut aussi exploiter ces informations pour améliorer ses produits et services. Cependant, encore trop peu de collaborateurs ont les capacités rédactionnelles pour bien y répondre ; la relation client est alors en danger.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation fournit une méthode complète, simple à mettre en œuvre, de réponse aux réclamations clients par emails et courriers. Elle fournit toutes les techniques de rédaction nécessaires à la prise en compte des demandes, à leur résolution, et au renforcement de la relation client.

Les participants retirent aussi de la formation une actualisation de leur vision de la relation client, une capacité à partager en équipe les bonnes pratiques rédactionnelles et une consolidation de leurs écrits.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

SAVOIR REpondre AUX EMAILS DE RECLAMATIONS CLIENTS

Référence ECRFRA14dist

Fiche programme

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir répondre spécifiquement aux réclamations écrites ;
- Acquérir les techniques de rédaction en relation client ;
- Savoir valoriser l'entreprise, ses produits et services auprès des clients.

Public concerné

- Tout collaborateur amené à répondre aux réclamations clients, par courrier ou email.

Prérequis

- Savoir utiliser les fonctionnalités de base du logiciel Word (auto-déclaration préalable + test en entrée de formation).

Durée

- 1 journée (7h).

Formats

- Formation disponible en inscription d'individuels d'entreprises.
- En mode distanciel (Zoom).

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Indicateur de résultats

Cette formation a un taux de satisfaction de 82,93% sur la performance et l'accomplissement de la prestation.

Aide-mémoire

- PowerPoint utilisé pendant la formation.



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « *Boostez votre chiffre d'affaires en répondant efficacement aux réclamations clients* ».

Les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

Actualisation : janvier 2023.

EXEMPLE D'APPLICATION 1

En tant qu'experts techniques, Hélène et Julien doivent depuis six mois répondre aux réclamations clients de l'entreprise. Depuis la crise sanitaire celles-ci augmentent et deviennent de plus en plus émotionnelles.

Devant la surcharge de travail et l'impact émotionnel ils ont demandé à être formés aux techniques de réponses écrites aux réclamations clients. Etant donné leurs aménagements distincts d'horaires de travail, ils ont été inscrits à deux sessions distinctes en distanciel. Une souplesse de formation qu'ils apprécient.

EXEMPLE D'APPLICATION 2

Arnaud, Hoang et Rachida ont la responsabilité des réponses écrites aux emails de renseignements et réclamations clients. Jusqu'à maintenant ils ont fait de leur mieux, mais la charge de travail augmente avec le lancement de la nouvelle gamme de services. Ils ont remarqué que bien répondre aux emails de réclamation leur permettaient d'éviter des avis négatifs sur internet.

Devant l'enjeu stratégique de la réputation du service client de l'entreprise, ils ont demandé à suivre dans un premier temps une formation en distanciel pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux réclamations clients.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Prendre conscience des enjeux et contraintes des réclamations clients

- Une opportunité de booster le chiffre d'affaires.

A/ La base : une rédaction efficace des emails et courriers

Fondamentaux de la communication par email et courrier

- Choisir le bon format : email ou courrier (contraintes, différences);
- Définir thème, angle et action du message ;
- Critères de rédaction : cible, objectif, message et média ;
- Utiliser les lois de proximité de l'information pour orienter le lecteur.

Concevoir, structurer et construire son message

- Règles d'accessibilité, lisibilité et compréhension des courriers et emails ;
- Points d'entrée de lecture : électronique et papier ;
- L'objet du mail : un champ crucial ;
- Choisir et hiérarchiser les informations selon 4 niveaux d'utilité.

Renforcer la structure de son écrit

- Utiliser paragraphes et interlignes à bon escient ;
- Choisir le principe du point important vers l'avant ;
- Utiliser les connecteurs logiques pour donner de la force à l'écrit ;
- Mettre la richesse de la ponctuation au service de la clarté ;
- Propositions : appliquer les critères de lisibilité ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer l'écrit : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Relancer pour faire avancer et vivre le dialogue ;
- Simplifier son écrit : faire des phrases simples et courtes.

Finaliser son écrit

- Verrouiller compréhension et mémorisation du message.

B/ Règles cardinales des réponses écrites aux réclamations clients

Influence du contexte sur l'écrit de réclamation (demande et réponse)

- L'influence des réseaux sociaux sur la communication par email ;
- Enjeux de l'interaction électronique en support par email.

Prise en compte de l'insatisfaction du client

- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Abaisser le niveau de stress émotionnel du client ;
- Accepter la légitimité de l'expression de réclamation ;
- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie ;
- Utiliser des formules introductives pertinentes ;
- Valoriser et rassurer le lecteur tout au long de l'écrit.

Expliquer, informer et éduquer pour fidéliser le client

- Développer « l'esprit de résolution » ;
- Confirmer, nuancer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés ;
- Rassurer, construire et positiver ;
- Projeter une image professionnelle : les effets de rédaction ;
- Valoriser la double qualité de relation et production de l'entreprise.

MODALITES DE SESSIONS

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 1^{er} semestre 2023 des inter-entreprises distanciels :

- 27 février ; 20 mars ; 26 avril ; 23 mai ; 27 juin ; 17 juillet ; 28 août ; 25 septembre ; 23 octobre ; 20 novembre ; 18 décembre.

Modalités

6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.

Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 350 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible aux fonds de formation via la certification Qualiopi.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1^{ère} inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Repères de courtoisie envers le client par email

- Les 6 C (courtois, concis, clair, convivial, convaincant, compétent) ;
- Vraiment personnaliser la réponse pour valoriser et fidéliser le client.

Issues de la réclamation

- Refuser avec courtoisie une demande : utiliser les formulations adaptées ;
- Motiver les décisions : faire valoir ses arguments en douceur ;
- Savoir désamorcer en reconnaissant une possible erreur ;
- Bien présenter les excuses de l'entreprise ;
- Savoir valoriser les compensations offertes.

Renforcer la relation fidèle avec l'entreprise

- Conclure sur le futur et ses opportunités.

Formation complémentaire conseillée

[Savoir bien répondre aux commentaires et avis des clients sur internet – ré. ECRFRA15](#)

Actualisation : janvier 2023.



SAVOIR BIEN REpondre AUX COMMENTAIRES ET AVIS CLIENTS SUR INTERNET

Référence ECRFRA15dist

Fiche de la formation

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les commentaires et avis des clients sur internet sont une source incomparable d'informations sur la perception des produits et services. Mais ils sont en même temps un levier à double tranchant sur la qualité de cette perception par le public.

S'il est impossible de contrôler cette conversation internet, on peut cependant y participer pour faire entendre la voix de l'entreprise. Encore faut-il en connaître les codes rédactionnels spécifiques...

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte les techniques de réponses aux commentaires et avis des clients internautes. Elle fournit les outils rédactionnels nécessaires à l'accompagnement de la conversation web et au renforcement de la relation client.

Elle apporte une méthode complète, simple à mettre en œuvre, pour rédiger des réponses efficaces aux commentaires et avis clients.

CONTACT



Face-Client

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Prescriptions

Objectifs opérationnels

- Acquérir les repères, méthodes et techniques de rédaction de réponses aux avis clients sur internet ;
- Savoir expliquer et argumenter les choix de l'entreprise ;
- Savoir générer de l'empathie vers les clients internautes à l'écrit au profit de l'image de l'entreprise ;
- Protéger l'entreprise des crises médiatiques sur les réseaux sociaux.

Public concerné

- Tout collaborateur qui rédige pour le lectorat internet de l'entreprise ;
- Tout collaborateur qui promeut l'image de l'entreprise sur le web.

Prérequis

- Connaître les sites sur lesquels les clients de l'entreprise commentent. (Auto-déclaration préalable + test en entrée de formation).

Durée

- 1 jour (7h).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique en lien avec la création de contenus internet ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Indicateur de résultats

Cette formation a un taux de satisfaction de 98,70% sur la performance et l'accomplissement de la prestation.

Aide-mémoire



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « Boostez votre chiffre d'affaires en répondant efficacement aux réclamations clients ». PowerPoint utilisé pendant la formation.

EXEMPLE D'APPLICATION 1

Claire est assistante marketing. Elle a la charge de répondre aux avis clients de la chaîne de magasins de franchisés. Elle a jusque-là répondu à l'intuition, du mieux possible. Mais les réponses aux avis ont pris un poids commercial et juridique tel qu'elle estime devoir professionnaliser ses réponses.

Elle a demandé à participer à une session en distanciel pour acquérir une méthode et travailler intensivement ses réponses aux avis clients.

EXEMPLE D'APPLICATION 2

Catherine et Michel sont les deux managers d'une équipe de six collaborateurs dédiés à la veille client sur internet et aux réponses aux avis sur les forums. Ils ont pu jusqu'ici se satisfaire de techniques empiriques, mais ils sentent bien que leur équipe stresse car elle manque de repères précis. Ils réalisent que répondre aux avis et commentaires des clients de l'entreprise sur les forums internet nécessite des repères et une méthode.

Catherine et Michel décident de faire former leurs six collaborateurs en session intra pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux avis internet.



A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

CONTACT



Face-Client

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Le cadre juridique de l'expression : points de vigilances

Mieux comprendre le cadre juridique : point sur les éléments de droit

- Avis et droit de réponse sur internet : deux articles et décret à connaître (ex. condamnation basée sur les avis clients).
- Habilitation à exercer le droit de réponse sur internet ;
- Exclusion du droit de réponse : nature du service interactif ;
- Limites générales à la liberté d'expression ;
- Critique et diffamation, diffamation et dénigrement, insultes et injures, diffamation et atteinte à la vie privée : bon à savoir ;
- Appel au boycott par les internautes : les limites ;
- Entreprise : le compromis entre juridique et communication.

Le cadre d'influence numérique des forums et sites d'avis

Prendre conscience de la réalité numérique

- Rôle des algorithmes ;
- Principes d'intelligence artificielle.

Le cadre d'influence des échanges sur les forums et sites d'avis

Comprendre et utiliser les codes de la conversation internet

- Réponses de l'entreprise aux commentaires et avis clients sur internet
 - o Une opportunité d'influence cruciale ;
 - o Un lieu de défense et promotion de l'image de l'entreprise.
- Influence des réseaux sociaux sur le dialogue avec les clients
 - o Un jeu à trois : client, communauté et entreprise.
- Codes en conversation internet : utiliser les lois de proximité pour se synchroniser avec l'internaute.

Objectifs et méthode de réponses : la stratégie de réponse

Quand l'internaute client donne son avis

- Objectifs implicites et explicites des critiques du client internaute ;
- Prise de pouvoir des internautes : influence / nuisance ;
- Lectorat internaute : portraits / avatars d'intervenants web.

Ce que la communauté en tire comme conclusions

- Objectifs implicites et explicites de la communauté ;
- Intérêt, curiosité, voyeurisme ;
- Le lectorat du client internaute : portraits de lecteurs web ;
- Un lectorat en mode réactif constant ;
- Les préjugés contre le monde corporate.

Point de vue de l'entreprise

- Objectifs implicites et explicites de l'entreprise ;
- Limites du pouvoir d'influence de l'entreprise ;
- Profiler le lectorat web de l'entreprise ;
- Portraits d'intervenants web ;
- Emotions vs raison : bien doser les ingrédients.

MODALITES DE SESSIONS

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 1^{er} semestre 2023 des inter-entreprises distanciels :

- 28 février ; 21 mars ; 12 avril ; 24 mai ; 30 juin ; 18 juillet ; 29 août ; 26 septembre ; 24 octobre ; 21 novembre ; 19 décembre.

Modalités

6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.

Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 350 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible aux fonds de formation via la certification Qualiopi.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1^{ère} inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



Face-Client

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Techniques rédactionnelles : comment rédiger la réponse

Prendre en compte les commentaires et avis du client

- Accepter la légitimité de l'expression de l'internaute ;
- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Soigner la relation avec la communauté : montrer de l'empathie ;
- Valoriser et rassurer la communauté tout au long de l'écrit.

Amplifier la satisfaction et les recommandations positives

- Partager la satisfaction et les ressentis positifs (empathie positive) ;
- Utiliser systématiquement les expressions positives et recommandations comme tremplin d'informations vers les tiers ;
- Profiter de l'ambiance positive pour confirmer les valeurs ;
- Elargir les propositions de services et produits de l'entreprise ;
- Annoncer des nouveautés et des projets.

Traiter les effets de l'insatisfaction selon les principes de la CNV

- Reconnaître la « blessure », exprimer regrets, proposer une réparation, dire quels moyens on met en œuvre pour éviter une répétition ;
- Rassurer sur le futur et exprimer la volonté de poursuivre la relation.

Présenter le point de vue de l'entreprise

- Confirmer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés sans s'opposer ;
- Savoir désamorcer et éventuellement, présenter des excuses ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer le message : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Conclure sur le futur et ses opportunités pour la communauté.

Formation complémentaire conseillée

[Savoir répondre aux emails et courriers de réclamations clients – réf. ECRFRA14](#)

Actualisation : janvier 2023.



REUSSIR SA PROSPECTION COMMERCIALE EN B2B : LES CLES DE L'EFFICACITE

Référence CLIVENT07dist

Fiche de formation distancielle

APPORTS DE LA FORMATION

Les commerciaux et les ingénieurs commerciaux juniors apprennent les techniques de mise en œuvre de la prospection commerciale B2B.

Ils apprennent à être efficaces dans leur démarche de conquête commerciale auprès de prospects professionnels.

Ils apprennent à mettre en œuvre un discours commercial percutant pour répondre en un temps très court aux préoccupations des prospects.

Ils acquièrent les méthodes de suivi de prospection qui permettent d'accéder au rendez-vous de présentation commerciale.

LES PARTICIPANTS RETIRENT AUSSI DE CETTE FORMATION

- ✓ Capacité à appliquer la méthode de prospection systématiquement
- ✓ Confiance en leur capacité à conduire leurs campagnes de prospection commerciale avec expertise
- ✓ Amélioration importante de leur argumentaire produits / services
- ✓ Développement de leur pouvoir de conviction

A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.



PRESCRIPTIONS

OBJECTIFS OPERATIONNELS

- Savoir mettre en œuvre toutes les étapes d'une action de prospection commerciale efficace ;
- Savoir prospecter pour établir une relation commerciale durable, "gagnant-gagnant".

PUBLIC CONCERNE

- Vendeurs juniors avec peu d'expérience dans la prospection B2B ;
- Tout professionnel chargé de la prospection commerciale et qui doit effectuer une campagne.

PREREQUIS

- Être attiré et motivé par l'action commerciale B2B.

DUREE

- La formation se déroule sur 1 jour (7 heures) en format distancielle.

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation pratico-pratique avec une majorité de jeux de rôle ;
- Travail sur des situations vécues par les participants, dans leurs contextes sur leurs problématiques ;
- Mises en situation de face à face prospect téléphoniques ;
- Feedbacks bienveillants et prise en compte constante du contexte des participants ;
- Les apports théoriques viennent compléter le travail spécifique ;
- Les participants reçoivent un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés.
- Construction de la campagne de prospection en parallèle à la formation.

POSITIONNEMENT ET EVALUATION DES ACQUIS

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : quizz de suivi ;
- En fin de formation : quizz de synthèse.

LES + DE LA FORMATION

- Consultant-formateur expert en vente et communication client ;
- Méthode personnalisée au contexte des participants.

Actualisation : janvier 2023

CONTENU CLE

MODALITES DE SESSIONS

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 1^{er} semestre 2023 des inter-entreprises distanciels :

- 15 février ; 23 mars ; 18 avril ; 11 mai ; 12 juin ; 11 juillet ; 24 août ; 18 septembre ; 19 octobre ; 13 novembre ; 11 décembre.

Modalités

- 6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.
- Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 350 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible aux fonds de formation via la certification Qualiopi.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1^{ère} inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PREPARATION DE SA PROSPECTION B2B

Connaissance des enjeux de la prospection commerciale

- Les gains et les coûts de la prospection commerciale
- Le principe d'expansion continue vs statut quo
- Le principe de « wash »
- Remplir son pipe-line de prospects : une nécessité pour l'entreprise

Préparation stratégique

- Définir sa vision : court, moyen, long terme ?
- Définir ses objectifs stratégiques : visibilité, notoriété, ventes
- Définir son catalogue général de services / produits
- Définir ses produits d'appel
- Définir ses cibles, un calendrier, un quota / potentiel de prospection

Organiser sa prospection

- Constituer son fichier de prospection
- Déterminer le potentiel et l'accessibilité des prospects
- Définir des canaux de prospection : avantages et inconvénients
 - o Approche directe : mailing, téléphone, e-mailing ;
 - o Approche indirecte : salons, conférences, webinars, recommandation, essai gratuit ;
 - o Utiliser les réseaux sociaux.

Elaborer l'argumentaire de prospection (téléphone et messages)

- Etablir sa grille SWOT
- Etablir le profil et les attentes du client : méthode SONCAS
- En termes de caractéristiques/avantages et bénéfices
- Mettre en œuvre les conditions de la réussite de l'entretien de vente
- Etablir sa checklist de préparation technique, matérielle et psychologique

REALISATION DE SA PROSPECTION B2B

Savoir obtenir des rendez-vous qualifiés par téléphone

- Qualifier ses interlocuteurs
- Franchir les différents barrages (personne, temps, locaux, etc.)
- Savoir accrocher l'intérêt de l'interlocuteur au téléphone
- Valoriser le bénéfice du rendez-vous
- Rebondir sur les plaintes, freins et objections courants
- Accepter le rejet pour mieux suivre et revenir

Réussir les étapes de l'entretien de prospection en face-à-face

- Réussir le premier contact par des comportements positifs
- Consolider dès le départ l'intérêt du prospect
- Suivre systématiquement les étapes de l'entretien

S'exprimer et présenter sa valeur ajoutée avec impact

- Boîte à outils de techniques de présentation en prospection
- Comment appliquer tout au long de l'entretien les facteurs favorisant l'influence : confiance et compétence, pouvoir et bienveillance, intérêt, esprit de solution, engagement personnel, réciprocité, rareté, sentiment de liberté, avantages personnels, etc.

Questionner et écouter pour comprendre et analyser les besoins client

- Faire s'exprimer le client : validations, freins et attentes
- Ecouter et regarder pour percevoir les besoins explicites et implicites
- Développer son écoute active et son empathie
- Techniques de questionnement : découverte – rhétorique – stratégique - coaching (maïeutique)
- Découverte des besoins réels et du contexte

Traiter les plaintes, objections et barrages

- Distinguer les plaintes, les freins et les objections (sincères, insincères, stratégiques) et adopter différentes approches
- Traiter les freins et objections (USP, qualité, modalités, délais, expériences, ressources, décisionnaires, concurrence, prix, etc.)
- Engager vers l'action : faire progresser l'entretien

Conclure l'entretien de prospection en préparant l'entretien de vente

- S'engager sur un suivi avantageux pour le prospect
- Faire une proposition prospective
- Conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue.
-

CAPITALISER SUR SON ACTION PROSPECTION B2B

Suivre sur l'entretien de prospection

- Effectuer un retour multi-canaux vers le prospect
- Démultiplier l'empreinte numérique de ses produits et services dans la plateforme du prospect
- Décider du calendrier du cycle de vente
- Travailler l'influence sur le GRID
- Nourrir le GRID et le prospect d'informations adaptées
- Vendre au prospect la perspective d'un entretien de vente / présentation ciblée

Assurer la continuité et la durabilité de sa prospection

- Diagnostiquer et adapter son plan de prospection
- Décider et adopter un rythme de prospection
- Établir un calendrier de suivi
- Lister et utiliser toutes les occasions de rester visible chez le prospect
- Demander des recommandations : chaque client doit être un apporteur d'affaires.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Actualisation : janvier 2023



CREER & REUSSIR SON PITCH COMMERCIAL

Référence CLIVENT09dist

Programme de formation

BESOINS COLLABORATEURS

Qu'ils soient commerciaux sédentaires ou de terrain, les forces de vente sont amenées quotidiennement à présenter leur offre et leur entreprise.

Les commerciaux doivent présenter l'intérêt de leur offre clairement et concisément, de manière attractive, vendeuse, en un minimum de temps mais avec un maximum d'impact. L'objectif du pitch est d'amener l'interlocuteur à exprimer ses besoins commerciaux.

Si elle est maîtrisée, cette porte d'entrée au processus de vente permet d'enclencher dès les premières secondes une dynamique de vente qui ira crescendo jusqu'au closing.

APPORTS FORMATION

Cette formation apprend aux apprenants à concevoir, structurer, clarifier et maîtriser le contenu et la forme de leur « pitch ».

Ils apprennent en parallèle à laisser de la place à l'interlocuteur pour rebondir en exprimant des préoccupations pertinentes dès qu'il est accroché, et à pouvoir par retour recueillir de celui-ci un maximum d'informations utiles pour la vente proprement dite.

CONTACT



Face-Client
PatrickJAYCommunications

4 Place de l'Opéra F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PRESCRIPTIONS

OBJECTIFS OPERATIONNELS

- Savoir accrocher l'attention du prospect ;
- Savoir créer et présenter un pitch commercial percutant ;
- Savoir sélectionner la valeur ajoutée différenciante de son offre ;
- Savoir structurer une présentation impactante, concise et fluide ;
- Savoir amorcer le processus de vente avec un nouveau contact.

PUBLIC CONCERNE

- Tout vendeur / commercial qui souhaite accrocher rapidement des prospects et toute fonction qui veut intéresser rapidement des décideurs sélectifs (Dirigeant, Commercial, Manager commercial, Responsable communication/marketing, etc.).

PREREQUIS

- Connaître ses produits et/ou prestations proposés

DUREE

- La formation se déroule sur 1 jour (7 heures)

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation pratico-pratique avec une majorité de jeux de rôle ;
- Apport de méthodes, techniques et pratiques en méthodes expositives, de découverte et démonstratives ;
- Utilisation d'aides-visuels et cas pratiques des participants ;
- Mises en situations filmées et débriefées (copie des simulations sur demandes sur clé USB fournie par chaque participant) ;
- Debriefings individuels personnalisés et collectifs de consolidation ;
- Les participants reçoivent un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés.

LES + DE LA FORMATION

- Consultant-formateur expert en vente et communication client ;
- Utilisation de la vidéo pour accroître les appropriations techniques ;
- Huit participants maxima, pour plus de confort pédagogique.

POSITIONNEMENT ET EVALUATION DES ACQUIS

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests intermédiaires ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.



A l'issue de la formation, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur des 10 techniques clés.

MODALITES D'ACCES 2023

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 1^{er} semestre 2023 des inter-entreprises distanciel :

- 22 février ; 24 mars ; 11 avril ; 22 mai ; 29 juin ; 20 juillet ; 1 septembre ; 27 octobre ; 24 novembre ; 15 décembre.

Modalités

6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.

Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 350 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible aux fonds de formation via la certification Qualiopi.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1^{ère} inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Définition et fonctions du « pitch »

- Différences entre « pitch » et entretien de vente ;
- Le « pitch » pour accéder à une suite d'entretien ;
- Pitch et prospection planifiée, pitch et opportunité de rencontre ;
- Les avantages commerciaux à posséder un pitch.

Le fil conducteur du « pitch »

- Deux préoccupations du prospect en 1^{ère} rencontre / impromptue ;
- Connaître les préoccupations de son prospect (si possible) ;
- Identifier les intérêts du prospect pour définir l'angle du « pitch » (KPIs, attentes et enjeux) ;
- L'antagonisme : créer un contraste fort entre problème et solution.

Les composantes du « pitch »

- Identifier sa proposition de valeur ("à quoi ça sert ?") ;
- Mettre en valeur les atouts différenciants clés et leur valeur ajoutée ;
- Brainstormer les bénéfices de son offre ;
- S'appuyer sur des faits précis ;
- Identifier ses objectifs et les composants de l'entretien selon la cible ;
- Décider de ce que l'interlocuteur doit retenir ;
- Préparer plusieurs versions du « pitch » ;
- Définir ce que je dois dire impérativement.

Structurer les 4 étapes du pitch

- Organiser la chronologie de son « pitch » : donner le rythme pour impacter rapidement ;
- Attirer l'attention et éveiller l'intérêt en quelques secondes : la méthode AIDA en « pitch ».

Maîtriser l'efficacité verbale du pitch

- La puissance des mots impactants : sélectionner les mots « boutons » ;
- Construire une panoplie d'accroches percutantes ;
- Utiliser l'option du Storytelling pour faire vivre le « pitch » ;
- Améliorer l'accroche en la simplifiant ;
- Utiliser des phrases courtes et un vocabulaire adapté ;
- Répéter les mots importants plusieurs fois.

Maîtriser la dimension non-verbale en phase de « pitch »

- Savoir véhiculer des signaux non-verbaux (gestuelle) adaptés au contexte, favorisant l'intérêt et la confiance chez l'interlocuteur ;
- Adopter le bon ton et la bonne posture ;
- Savoir lire le langage non-verbal d'intérêt chez son interlocuteur pour adapter son « pitch ».

Exploiter le succès du « pitch » : engager le dialogue à l'issue du « pitch »

- Transitionner du pitch au processus de vente
- Savoir son interlocuteur réagir quand nécessaire ;
- Identifier le moment clé de l'expression des besoins commerciaux.
- Rebondir sur les réactions du prospect : passer à l'entretien d'enquête sur les besoins (étape de questionnement) ;
- Décider proactivement de la suite de l'entretien : proposer d'enchaîner sur une fourniture d'informations / démonstration / rencontre, etc.

B2B : REUSSIR SES PRESENTATIONS COMMERCIALES A DISTANCE - LES ESSENTIELS

Réf. PPTFRA12dist

Fiche programme

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir présenter avec impact en clientèle B2B à distance ;
- Savoir contrôler l'entretien de vente à distance en B2B.

Public concerné

- Tout commercial et tout collaborateur qui présente en clientèle B2B à distance.

Prérequis

- Connaître les fondamentaux de l'entretien de vente.

Durée

- Un jour (7 heures).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings et présentiel ;

Méthodes pédagogiques

- Démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;
- Prises de paroles jouées et débriefées en mode challenging ;
- Travail sur les thématiques et supports audiovisuels des apprenants (application opérationnelle).

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- La formation est concentrée sur les clés essentielles concrètes ;
- Consultant-formateur expert, coach certifié ;
- Méthodologie unique ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

- PowerPoint utilisé pendant la formation ;



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de trois guides de Patrick JAY : « Faites passer vos messages et commentez vos slides comme un pro ! » et « Présentez pour convaincre ».



BESOINS DE L'ENTREPRISE

Pouvoir réussir ses présentations en clientèle à distance, qu'elles soient commerciales, de recommandation, d'offre de services, est désormais crucial. Les modes de vente ont changé, et les actions de vente sont désormais multi-canaux.

Derrière son écran le client en est le juge impitoyable, qui réagit à chaque composante de la prestation distancielle, sur le fond et sur la forme, sur le discours et sur la présentation, sur les slides et sur l'interactivité avec le présentateur, etc.

Le client compare impitoyablement la prestation distancielle à celles de la compétition ; autant dire qu'un déroulé hésitant, un démarrage à vide, un manque de connexion avec les participants, un discours et une structure confus, un commercial qui lit ses slides, etc. disqualifient d'emblée la proposition du commercial.

APPORTS DE LA FORMATION

Les participants apprennent à adapter leur présentation commerciale au contexte distanciel, en particulier aux contraintes des écrans.

Ils acquièrent les techniques de présentation commerciale à distance, d'interactions et commentaires de slides adaptées au mode distanciel (capture d'attention, construction de proximité, organisation de l'entretien, projection d'une image de crédibilité, etc.).

Actualisation : mars 2023

MODALITES D'ACCES 2023

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 2023 des inter-entreprises distanciels :

14 15 mars ; 18 19 avril ; 14 15 mai ;
11 12 juin ; 9 10 juillet ; 22 23 août ;
14 15 septembre ; 9 10 octobre ;
13 14 novembre ; 11 12 décembre.

Modalités

- 6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.
- Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 750 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible au FNE-formation renforcé.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Préparer sa présentation commerciale à distance

- Conseils de création d'environnement distanciel favorable (arrière-plan, organisation, technique, vêtements, etc.)
- Organiser ses documents de support commercial
- Verrouiller son environnement

Maîtriser les premières minutes

- Savoir utiliser les 3 premières minutes pour se connecter avec les prospects
- Créer sa routine d'ouverture
- Se présenter à distance : pitch de présentation personnelle pour créer la relation de confiance

Se connecter aux besoins prospect en début de présentation

- Prendre le contrôle par l'organisation de la présentation
- Privilégier le verbal : éléments de langage clés
- Cadrer objectif : besoin, problème, clarification, etc.

Les séquences de découverte des besoins et freins du client

- Répondre aux besoins psychologiques du client
- Orienter : client → problème → changements → solution

Mettre le PowerPoint au service de la valorisation commerciale

- La rencontre : formalisme, nombre et type d'interlocuteurs
- Le triptyque commercial : technicité ; commercial ; annexes
- USP : la singularité, l'unicité
- Sélection des principaux atouts à valoriser + arguments
- Mettre la structure générale au service de l'argumentation
- Gérer les questions de clarification et de fond avec les slides

Comment rester connecté avec l'état d'esprit du client

- S'extraire de ses slides : signaux d'écoute et d'empathie
- Influencer la perception par l'envoi de signaux non-verbaux
- Prendre des notes pour interagir : grilles conseillées

Faciliter les échanges d'information de soutien commercial

- Utiliser les outils de collaboration intégrés dans la plateforme
- Partager des documents, des présentations et des notes
- Permettre de partager des fichiers et des documents

Argumentation : structurer le contenu et concevoir la forme

- De l'argumentation à l'échange : privilégier l'interactivité
- Argumentaire efficace : rechercher la précision et adaptation
- Cheminement : attentes immédiates, futures ou potentielles
- Contre arguments : les traiter avec ou sans slides

Savoir verrouiller et conclure la présentation

- Résumer les spécificités des attentes et motivations
- Reformuler l'offre en fonction des besoins exprimés
- Revaloriser l'apport de la prestation et sa pertinence

Cas particuliers

- Présenter à des dirigeants, présenter en appel d'offres
- Présentation en binôme : avantages et inconvénients
- Binôme : rôles à se répartir et règles à suivre.



REUSSIR SES ENTRETIENS DE VENTE EN B2B : LES FONDAMENTAUX

Référence CLIVENT02dist

Fiche de formation distancielle

APPORTS DE LA FORMATION

Les vendeurs juniors apprennent à mettre en œuvre les fondamentaux des techniques de vente en relation client B2B.

Ils apprennent à être efficaces dans leur démarche commerciale auprès des clients professionnels.

Ils apprennent à mettre en œuvre un discours commercial professionnel pour répondre aux problématiques clients.

Ils gagnent en aisance face à un client ou un partenaire commercial en tant que membre de l'équipe de vente.

LES PARTICIPANTS RETIRENT DE CETTE FORMATION

- ✓ Capacité à appliquer la méthode systématiquement
- ✓ Confiance en leur capacité à conduire leurs entretiens de vente avec expertise
- ✓ Amélioration importante de leur argumentaire produit
- ✓ Développement de leur pouvoir de conviction



A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

PRESCRIPTIONS

OBJECTIFS OPERATIONNELS

- Savoir appliquer toutes les étapes d'un entretien de vente efficace ;
- Vendre en favorisant une relation "gagnant-gagnant" long-terme.

PUBLIC CONCERNE

- Vendeurs juniors sans ou avec peu d'expérience dans la vente B2N ;
- Personnels en reconversion.

PREREQUIS

- Être attiré et motivé par la vente B2B.

DUREE

- La formation se déroule sur 1 jour (7 heures) en format distanciel.

METHODES PEDAGOGIQUES

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

POSITIONNEMENT ET EVALUATION DES ACQUIS

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

LES + DE LA FORMATION

- Consultant-formateur expert en vente et communication client ;
- Formation basée sur l'utilisation systématique des leviers d'influence psychologique éthique ;
- Débriefings interactifs en groupe, échanges de bonnes pratiques entre stagiaires ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue ;
- Huit participants maxima, pour plus de confort pédagogique.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Formation pratico-pratique avec une majorité de jeux de rôle ;
- Travail sur des situations vécues par les participants, dans leurs contextes sur leurs problématiques ;
- Mises en situation de face à face client et téléphoniques ;
- Feedbacks bienveillants et prise en compte constante du contexte des participants ;
- Les apports théoriques viennent compléter le travail spécifique ;
- Les participants reçoivent un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés.

Actualisation : janvier 2023

MODALITES DE SESSIONS

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Calendrier 1^{er} semestre 2023 des inter-entreprises distanciels :

- 22 février ; 30 mars ; 19 avril ; 12 mai ; 13 juin ; 3 juillet ; 25 août ; 11 septembre ; 19 octobre ; 14 novembre ; 13 décembre.

Modalités

- 6 participants max. par session ce qui permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.
- Interface distancielle Zoom.

Budgets

- 350 euros HT / apprenant / jour.

Financement

Formation éligible aux fonds de formation via la certification Qualiopi.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1^{ère} inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Préparation de l'entretien de vente B2B

- Vente conseil : l'esprit du développement des ventes
- One shot vs partenariat moyen / long-terme
- Apporter des solutions mais aussi déranger le statuquo du client
- Problèmes reconnus vs non-identifiés : le rôle dérangentant du commercial B2B
- B2B : aligner stratégie d'influence et tactiques d'influence
- Les étapes du cycle de vente B2B
- Rigueur dans la démarche commerciale : les critères d'action
- Etude du GRID client : circuits de décision, identification des rôles des acteurs

Elaborer l'argumentaire de vente

- En fonction du profil et des attentes du client : méthode SONCAS
- En termes de caractéristiques/avantages et bénéfices
- Mettre en œuvre les conditions de la réussite de l'entretien de vente
- Etablir sa checklist de préparation technique, matérielle et psychologique

Suivre systématiquement les étapes de l'entretien de vente

- Prise de contact
- Ouverture de l'entretien
- Expression des besoins selon le client
- Découverte des besoins réels et du contexte
- Formulation de la proposition « à priori »
- Traitement des plaintes, demandes et objections
- Argumentation – adaptation de l'offre
- Concrétisation – closing (intermédiaire / finale)
- Suivi de la concrétisation

Questionner et écouter pour comprendre et analyser les besoins client

- Développer son écoute active et son empathie
- Techniques de questionnement : découverte – rhétorique – stratégique - coaching (maïeutique)
- Identification des zones probables d'insatisfaction
- Faire s'exprimer le client : validations, freins et attentes

Présenter et argumenter avec impact

- Boîte à outils complète de techniques de présentation et d'argumentation sur les trois niveaux d'influence : factuel (convaincre), social (persuasion) et sens (valeurs)

Déployer les tactiques d'influence

- Comment appliquer tout au long de l'entretien les facteurs favorisant l'influence : confiance et compétence, pouvoir et bienveillance, intérêt, esprit de solution, engagement personnel, réciprocité, rareté, sentiment de liberté, avantages personnels, etc.

Traiter les plaintes et objections

- Distinguer les plaintes, les freins et les objections
- Objections sincères, insincères, stratégiques : différentes approches
- Traiter les freins et objections (accord demande – proposition, qualité, modalités, délais, expériences passées, moyens humains, décisionnaires, concurrence, prix, etc.)

Concrétiser la décision d'achat (closing)

- Accepter pleinement sa responsabilité de closer
- Avancer sans tarder vers le closing
- Savoir reconnaître les signaux du closing : projection, marqueurs non-verbaux, marques de satisfaction, discussion prix, etc.
- Connaître et utiliser les techniques de closing principales
- Savoir inciter le client à la décision via tout canal approprié
- Positionner la vente suivante : utilisation de la technique de priming

Pour inscrire vos collaborateurs aux sessions distancielles 2023, contactez-nous vite :

FACE-CLIENT

+33 (0)6 07 19 18 42 - contact@face-client.com

*« Des spécialistes
de la communication clients
pour former vos collaborateurs à distance
plus sûrement, plus simplement et plus efficacement »*

