

DÉVELOPPER LA PERFORMANCE COMMERCIALE PAR L'EXPÉRIENCE CLIENT

2 JOURS

14 HEURES

Créer de la valeur à chaque interaction et piloter une performance durable

OBJECTIF DE LA FORMATION

Donner aux participants les clés pour conjuguer qualité de l'expérience client et performance commerciale. La formation permet d'adapter la relation aux attentes du client, de détecter les opportunités, de piloter les indicateurs et de transformer les difficultés en plans d'amélioration.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Comprendre les leviers de l'expérience client et leur impact sur la performance commerciale • Identifier les comportements qui favorisent satisfaction, fidélisation et vente • Adapter la relation aux attentes et au profil du client • Analyser les pratiques et les résultats pour identifier les leviers de progression • Développer une dynamique commerciale centrée sur la valeur client.

PUBLIC CONCERNÉ

Managers, responsables commerciaux, responsables de la relation client, commerciaux

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

MODALITÉS

Présentiel
Intra ou inter-entreprise

PROGRAMME DE LA FORMATION - JOURNÉE 1 - FAIRE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT UN LEVIER DE PERFORMANCE

01 COMPRENDRE CE QUI FAIT L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Comprendre l'évolution des attentes des clients
- Identifier les facteurs de satisfaction et de fidélisation
- Comprendre l'impact de la qualité relationnelle
- Relier expérience client et performance commerciale

OUTILS

Parcours client • Moments de vérité • Analyse d'expériences • Cas terrain

02 CRÉER UNE EXPÉRIENCE RELATIONNELLE DIFFÉRENCIANTE

- Comprendre le rôle des émotions dans l'expérience vécue
- Développer attention et anticipation dans la relation
- Identifier les détails qui influencent la perception du client
- Transformer une interaction en expérience positive

OUTILS

Émotions • Hospitalité • Promesse de marque • Analyse de situations

03 MAÎTRISER LES PREMIÈRES SECONDES DE LA RELATION

- Comprendre la construction de la première impression
- Prendre conscience de l'impact du verbal et du non-verbal
- Travailler sa voix, son rythme et son intonation
- Installer rapidement confiance et disponibilité

OUTILS

Neurosciences • Verbal / Non-verbal / Paraverbal • Jeux de rôle • Exercices d'intonation

04 ADAPTER SA RELATION À CHAQUE CLIENT

- Comprendre les différents styles relationnels
- Identifier les attentes et motivations de son interlocuteur
- Adapter son approche et sa communication
- Personnaliser l'expérience sans perdre son authenticité

OUTILS

DISC • Autodiagnostic • Cartographie des profils • Mises en situation

COMPÉTENCES VISÉES

✓ Créer une expérience client positive

✓ Développer les opportunités commerciales

Piloter les indicateurs de performance

Transformer les écarts en plan d'action

✓

✓

UNE FORMATION CONÇUE POUR PASSER À L'ACTION.

Un cadre clair. Des méthodes concrètes. Un ancrage dans la durée.

PROGRAMME DE LA FORMATION - JOURNÉE 2 - TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE CLIENT EN PERFORMANCE COMMERCIALE

01 DÉTECTER LES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES

- Identifier les besoins exprimés et non exprimés
- Détecter les opportunités au fil de l'échange
- Développer le rebond commercial avec pertinence
- Proposer une solution créatrice de valeur pour le client

OUTILS

Écoute active • Questionnement • Rebond commercial • Analyse d'interactions

02 CONCILIER PERFORMANCE COMMERCIALE ET SATISFACTION CLIENT

- Comprendre les principaux indicateurs de performance
- Mettre en relation résultats commerciaux et qualité de l'expérience
- Identifier les écarts et leurs causes
- Repérer les leviers d'amélioration prioritaires

OUTILS

KPI • Satisfaction client • Taux de transformation • Tableau de bord • Diagnostic des écarts

03 TRANSFORMER LES DIFFICULTÉS EN LEVIERS DE PROGRÈS

- Prendre du recul sur une difficulté commerciale
- Passer du problème subi à un objectif d'amélioration
- Identifier les parties prenantes et le pouvoir d'action
- Construire des actions concrètes et mesurables

OUTILS

Approche systémique • Méthode 3PM • Parties prenantes • Plan d'action

04 INSTALLER UNE DYNAMIQUE DE PERFORMANCE COMMERCIALE

- Capitaliser sur les pratiques qui fonctionnent
- Partager les réussites et les bonnes pratiques
- Définir les comportements à renforcer
- Construire son plan de progression commercial

OUTILS

Feedback • Partage de bonnes pratiques • Plan d'action • Laboratoire d'expérience

MÉTHODES & MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Approche expérientielle à partir des situations professionnelles des participants •
- Apports issus des neurosciences et de l'approche systémique •
 - Mises en situation et jeux de rôle •
 - Études de cas & Partages d'expériences •
 - Tests et autodiagnostic •
- Kit pédagogique et outils applicables sur le terrain •

ÉVALUATION DES ACQUIS

AVANT

Positionnement et évaluation des connaissances initiales.

PENDANT

Mises en situation, exercices pratiques, débriefings et contrôle continu des acquis.

À L'ISSUE

Évaluation des connaissances, validation des acquis et plan d'actions individuel.

KIT PÉDAGOGIQUE FOURNI



Des outils concrets pour continuer à progresser sur le terrain

LA FORMATION S'ARRÊTE. PAS L'ACCOMPAGNEMENT.



Pendant 1 an, votre consultant référent reste à vos côtés pour répondre à vos questions, vous conseiller ou vous soutenir face aux situations du quotidien. Suivi inclus dans la formation.

PLAN D'ACTIONS CONSTRUIT



Des engagements concrets et réalistes, adaptés à votre contexte

INFORMATIONS PRATIQUES

ACCÈS À LA FORMATION

Inscription : sur demande auprès de Genialogy
Délai d'accès : 1 mois
Tarif : 4 000 euros HT en intra-entreprise
 750 euros HT par participant en inter-entreprise

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Les besoins spécifiques sont étudiés en amont afin d'envisager les adaptations nécessaires.

Référent handicap : Laura GILLET

CONTACT

Laura Gillet
 laura.gillet@genialogy.fr • 06 87 61 16 65

Rémi Serpaud
 remi.serpaud@genialogy.fr • 06 25 98 97 77

Blandine Taillieu
 blandine.taillieu@genialogy.fr • 06 85 98 03 96