

Le management de la relation client en transport occasionnel et tourisme

Pérenniser la clientèle, respecter la réglementation sociale, atteindre les objectifs commerciaux, gérer de façon efficiente les devis, renforcer sa position en tant qu'acteur local du transport...il s'agit bien du quotidien d'un service commercial où les finalités et les difficultés inhérentes à la profession doivent être apprivoisées.

Pour ce faire, il s'avère nécessaire d'accompagner les équipes pour susciter un nouveau positionnement commercial et humain : il s'agit de conduire les hommes et les femmes à refondre leur organisation pour convaincre des acheteurs (donneurs d'ordre) de plus en plus sollicités par la concurrence.



Type de formation

 **Full Digital**

 **7 heures**

 **Prérequis : aucun**

Objectifs de la formation

- Maîtriser l'organisation et la gestion de la relation client
- Assurer le suivi de la relation client
- Savoir optimiser la relation client

Résultats escomptés

- Assurer et améliorer de façon constante une qualité de relation client
- Développer une culture de la relation client en déployant une fonction « conseil » et en s'engageant sur des résultats, via les indicateurs stratégiques de la direction

Public cible

- Tout collaborateur qui est impliqué dans les relations de suivi client (de préférence avoir suivi le module « prospection et négociation commerciale en transport occasionnel et tourisme »)
- Le stagiaire doit disposer d'un ordinateur équipé d'une webcam/d'un micro, d'une connexion à internet haut débit et d'une imprimante

Programme pédagogique

1. L'autodiagnostic de ses compétences pour mieux convaincre

- L'information et la communication
- Les relations humaines et le management

2. L'identification des leviers de la relation client

- Les étapes de l'adhésion
- La prise en compte des dissonances, des interférences voire des incompréhensions
- La gestion de l'influence
- Les facteurs d'accélération de la décision

3. L'argumentation adaptée et différenciée à la relation client

- La construction d'un argumentaire (avantages, preuves, bénéfices)
- L'utilisation de l'argumentaire
- La démonstration (des avantages à la phase de préparation et d'action)

4. L'animation de la relation client : manager la confiance et la satisfaction

- Définir un plan d'action
- Déterminer les objectifs
- Contrôler les résultats
- Définir une stratégie
- Informer et faire remonter les informations à la Direction

Méthodes pédagogiques

Animation par un consultant – formateur expérimenté en management et dotée d'une expérience confirmée en transport de voyageurs

Formation à distance

Séquence 1 : Activité individuelle de démarrage

L'autodiagnostic de ses compétences pour mieux convaincre

Séquence 2 : Classe virtuelle sur zoom 2 h

L'identification des leviers de la relation client

Séquence 3 : Classe virtuelle sur zoom 2 h

L'argumentation adaptée et différenciée à la relation client

Séquence 4 : Classe virtuelle sur zoom 2 h

L'animation de la relation client : manager la confiance et la satisfaction

Évaluation de la bonne compréhension et l'assimilation des participants grâce aux activités interactives

- Remise d'un guide d'auto-diagnostic de compétences du manager
- Quiz
- Analyse de vidéos
- Mise en situation professionnelle



Parlez-nous de votre projet !

Claude vous aiguillera vers la formation la plus adaptée à vos besoins