

# L'assistant(e) commercial(e)

Oser créer de la « valeur-sourire »

## 1<sup>ère</sup> journée

### Développer des relations efficaces avec ses collaborateurs

- Clarifier au sein de son entreprise, sa fonction, ses missions, son fonctionnement, ses marges de manœuvre et les circuits d'information.
- Se positionner clairement vis-à-vis de ses collaborateurs : hiérarchiques, administratifs, support technique, ingénieurs commerciaux.
- S'affirmer tranquillement, communiquer de façon fluide et réclamer avec persévérance les informations nécessaires.
- S'affirmer sereinement avec des collaborateurs à forte personnalité : déjouer les tentatives de manipulation, développer son pouvoir d'influence et de persuasion.
- Constituer un tandem efficace avec son responsable : gérer sa personnalité... et quelquefois ses sautes d'humeur.

### Développer des relations durables avec ses clients

- Partir à la découverte d'un client : faire parler les archives, analyser l'historique, identifier les interlocuteurs. Tenir à jour la base de données.
- Comprendre son client (personnalité, besoins, contraintes) pour développer des relations de personne à personne profitables et agréables.
- Être l'ambassadeur de son entreprise auprès de son client : aisance et courtoisie au téléphone, valorisation de l'image de marque, informations précises, garantie de la qualité de service et du traitement des réclamations.
- Traiter un mécontentement de manière professionnelle : comprendre le problème à traiter au-delà des émotions exprimées, combiner la flexibilité relationnelle et la défense des intérêts de son entreprise, développer ses aptitudes à la négociation. Faire face aux interlocuteurs difficiles, à la colère, à la mauvaise foi, au chantage, aux bouderies, aux comportements évitants.

## 2<sup>ème</sup> journée

### Adopter en interne la culture du « service client »

- Comprendre le fonctionnement d'une logique interne de satisfaction du client : de l'anticipation au traitement systématique des réclamations.
- Évoluer (et faire évoluer ses collaborateurs) d'un comportement « back office » vers un comportement proactif de prestataire de services.
- Devenir l'émissaire de son client au sein de son entreprise : expliquer ses besoins, ses contraintes et son fonctionnement quand bien même ils pourraient bousculer les procédures établies.
- Communiquer d'une façon vraiment professionnelle : les conditions d'un accueil téléphonique remarquable, les petites attentions qui font la différence dans un courrier ou dans un mail, l'organisation irréprochable d'un événement ou d'un salon.

### Partager l'information pour augmenter la performance du service

- Créer de la valeur par le partage de l'information : cartographie des relais, organisation de l'archivage, traitement prioritaire des réclamations, mutualisation de l'expérience et des contacts. Développer une véritable intelligence collective.
- Combattre les rétentions d'information : peur de perdre un contrôle, goût du pouvoir, non-dit invouable. Comment faire comprendre à ses collaborateurs que le pouvoir de l'information ne repose plus dans sa possession exclusive mais dans l'art de la partager ?
- Contribuer à la gestion de l'activité : analyser les indicateurs, tenir à jour le tableau de bord des résultats, faire parler les écarts, alerter sur les tendances et les échéances, suivre et remettre en cause un planning, tenir un agenda multiple.
- Gérer les commerciaux : comprendre leurs leviers de motivation et savoir leur remonter le moral après un échec ou une déception, faciliter l'intégration des nouveaux, organiser une réunion, une téléconférence, un séminaire, une convention commerciale.



## PARTICIPANTS

ASSISTANT(E)  
COMMERCIAL(LES)  
SOUHAITANT RENFORCER  
LEUR EFFICACITÉ.

COMMERCIAUX  
SÉDENTAIRES PRATIQUANT  
ESSENTIELLEMENT LE  
CONTACT TÉLÉPHONIQUE.

TOUS LES COLLABORATEURS  
EN CHARGE DES  
RELATIONS TÉLÉPHONIQUES  
COMMERCIALES.

## OBJECTIFS

- Assurer la fonction d'interface entre les clients, les commerciaux, son manager et le reste de l'entreprise.
- Développer des relations personnelles de confiance avec tous sans jamais devenir un(e) otage.
- Adopter et diffuser la culture du « service-client » aussi bien en interne qu'en externe.
- Jouer un rôle clef dans la communication interne, l'organisation de son service et la motivation de ses collaborateurs.

**DURÉE :** 16 heures réparties sur 2 jours consécutifs (horaires 9h-17h30)

**PRIX :** 990 € HT (1 184,04 € TTC)



Repas du midi offert

- Formation adaptable en intra
- Éligible au DIF

## LE PLUS

- Des astuces vraiment pratiques pour s'affirmer vis-à-vis d'une équipe de collaborateurs multiples.

## FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- > S'affirmer en situation professionnelle (2 jours)
- > L'assistant(e) de direction (2 x 2 jours)

Pour tout renseignement, contactez-nous au **01 64 23 68 51**