



## CYCLE « PILOTER LA RELATION CLIENT »

REPRENDRE LE LEADERSHIP

Programme  
en **2 jours**



### OBJECTIFS

- ▶ Comprendre et identifier les **enjeux clients**.
- ▶ Appréhender et identifier le **fonctionnement politique** de ses clients.
- ▶ Anticiper les **enjeux** des réunions.
- ▶ Transformer les réunions de présentation en **réunion de travail et d'échanges**.
- ▶ Ecouter pour **diriger la relation**.
- ▶ Adopter une **posture conseil**.
- ▶ Traiter efficacement les **objections**.
- ▶ **Conclure** les réunions.
- ▶ Annoncer une **mauvaise nouvelle**.
- ▶ **Gérer** les **insatisfactions** clients.
- ▶ **Savoir dire non** ou recadrer une demande client.



### À SAVOIR

#### Public concerné :

Formation destinée à tout **dirigeant, manager ou collaborateur** qui souhaite comprendre, faire évoluer et reprendre le lead sur ses **relations avec ses clients**.

À L'AACC  
8 PERS

JOUR 1  
9.30 | 18.00\*

JOUR 2  
9.30 | 18.00\*

\* Déjeuner inclus

### PRÉREQUIS

Pour bénéficier pleinement des acquis de la formation, il est nécessaire d'être **en contact avec la clientèle** interne ou externe de l'Agence.

### MÉTHODE

L'orientation de l'approche pédagogique est centrée sur **l'appropriation**. La méthode est basée sur une alternance **d'apports théoriques** et surtout **d'applications pratiques**. La **connexion avec le quotidien professionnel** se réalise au travers d'exercices individuels et collectifs et de jeux de rôle construits à partir du contexte actuel des participants.

### ÉVALUATION

A l'issue de la formation, chaque participant auto-évalue ses acquis à travers un bilan de la formation intitulé **"plan de développement professionnel"** (autodiagnostic et plan d'action).

### INTERVENANT

#### **Elisabeth JOHNSTON**

Fondatrice du cabinet JOHNSTON & JOHNSTON, spécialisée dans les **formations Management, Marketing, Media et Communication**.

Analyse et étudie les **problématiques clients**. Développe des formations qui permettent d'optimiser la **montée en compétence** des collaborateurs.

Formatrice spécialisée en **Relation Client et Négociation Financière**.

#### **Parcours**

**20 ans** d'expérience en agences :  
CLM BBDO, Proximity BBDO, Raison de Plus

**CONTACT : Laetitia HARDY**

# CYCLE « PILOTER LA RELATION CLIENT »

## REPRENDRE LE LEADERSHIP

### JOUR 1 REPRENDRE LE LEAD SUR LA RELATION CLIENT

#### COMPRENDRE ET IDENTIFIER LES ENJEUX CLIENT

Identifier les principaux enjeux de ses interlocuteurs pour mieux **construire son argumentation**.

**Identifier les principaux critères** de choix et de décision de ses interlocuteurs pour pouvoir les partager en interne : capacité d'influence, connaissance technique, drivers...

#### APPRÉHENDER LE FONCTIONNEMENT

##### POLITIQUE DE SES CLIENTS

Identifier et comprendre le **système de fonctionnement** politique.

**Partager en interne** ces informations auprès des équipes concernées.

#### PRENDRE DU REcul ET SORTIR DE L'AFFECT

Distinguer sa personne et sa fonction.

Prendre conscience des **3 dimensions à adresser et développer** dans la relation clients : dimension **projet** / dimension **professionnelle** / dimension personnelle.

#### PERSÉVÉRER

Travailler la relation sur le long terme. Prendre conscience que la **relation client** se construit au fur et à mesure des échanges et des réunions.

#### ÉCOUTER POUR DIRIGER LA RELATION

Distinguer le talent d'expert du talent relationnel, pour mieux **développer ce dernier**.

Mieux cerner et utiliser la demande du client **au service de la vente du projet**.

Utiliser le questionnement, l'écoute et le silence pour **gagner en efficacité et en pertinence**.

#### ADOPTER UNE POSTURE CONSEIL

Conduire la relation client en tant que **conseil**.

**Rester exigeant** pour mieux manager la relation clients.

**Développer son assertivité** : savoir demander, refuser, exprimer son point de vue, formuler son accord ou son désaccord.

#### TRAITER EFFICACEMENT LES OBJECTIONS

**Comprendre le mécanisme de l'objection** dans le processus de l'adhésion.

**Questionner les objections** pour leur faire perdre en intensité.

**Tenir et argumenter face à l'objection** pour rassurer sur la posture conseil.

### JOUR 2 GÉRER LES SITUATIONS DE TENSION

*Cette formation s'inscrit dans la continuité de la journée précédente*

#### ANNONCER UNE MAUVAISE NOUVELLE

Annoncer une mauvaise nouvelle à son client, tout **en préservant la relation**.

**Accueillir l'insatisfaction client** de manière professionnelle.

**Abandonner la justification** au profit de la présentation de solutions.

Abandonner la transparence au profit d'un **discours clair et cohérent**.

#### GÉRER LES INSATISFACTIONS CLIENT

Accueillir l'appel d'un **client mécontent** de façon professionnelle.

**Comprendre son insatisfaction** pour la traiter.

Appréhender la relation en mode "**solutions**".

#### SAVOIR DIRE NON

##### ou RECADRER UNE DEMANDE CLIENT

**Diagnostiquer la demande** pour recadrer.

**Recadrer une demande client**.

Identifier les conditions qui permettent **d'accéder partiellement à la demande**.

Proposer ces conditions **afin de faire avancer le projet**.

**CONTACT : Laetitia HARDY**

AACC - Association des Agences-Conseils en Communication - Syndicat Professionnel (loi 1884)  
40, boulevard Maiesherbes - 75008 paris | Tél. : +33 (0)1.47.42.13.42 | [www.aacc.fr](http://www.aacc.fr) - email : [lhady@aacc.fr](mailto:lhady@aacc.fr)