



# Bâtir un projet pour le plaisir client



**Objectifs**

Apporter aux participants les connaissances et le savoir faire propres à s'approprier, dominer, transmettre, et animer le projet d'entreprise. Positionner son action dans le cadre socio économique de référence, rechercher une approche complémentaire et différente aux idées commerciales reçues, maîtriser les bases d'une communication constructive, aider le management des équipes au quotidien.



**Programme**

## INTRODUCTION

### LE CONTEXTE FUTUR DES RELATIONS CLIENTS

- De la satisfaction au plaisir client
- La notion de client interne – client externe
- La gestion de l'information
- La fonction professionnelle

### DOMAINES DE DEFINITION DU PLAISIR CLIENT

- Quant aux produits et services
- Quant aux comportements de vente
- Quant au management

### LE CLIENT ET LA RELATION ACHAT VENTE

- Le client, cet inconnu
- Une vision actuelle de la vente
- Les motivations d'achat du client

### LA PRISE DE CONTACT

- Analyse sur la nécessité à dire bonjour
- Dire bonjour : un acte commercial
- Dire bonjour : le premier acte de management

## LES RELATIONS COMMERCIALES AVEC LE CLIENT

- Les idées reçues
- Recensement des cas vécus
- Méthodologie d'approche
- Travail du comportement de vente "plaisir"
- La mise en place dans le service

## GERER L'INFORMATION CLIENT

- Les enjeux
- L'outil d'exploitation des informations clients
- Les conditions de réussite

## MOBILISER LES ACTEURS DE L'ENTREPRISE DANS LEUR FONCTION PROFESSIONNELLE

- Le métier et les missions
- L'exercice de la responsabilité professionnelle de chacun
- Faire vivre le plaisir client

## CONCLUSION

L'actualisation du comportement commercial.



### Participants

Chef d'entreprise,  
Directeur de magasin,  
chefs de rayon



### Méthodes pédagogiques

Exercices pratiques, exposés, échanges  
entre les participants, sketches ...



### Durée

**2 jours**