


## RELATION CLIENT & VENTE

**AGIR POUR UNE RELATION CLIENT DE QUALITE**  
Mettre en œuvre un plan d'action personnalisé pour optimiser  
l'accueil et la relation client

PC02



Durée	Modalités	Tarif	Indicateurs
<b>14 heures</b> En présentiel <b>2 jours de 7 heures</b> En distanciel <b>4 x 3 heures 30</b>	<b>Formation présentielle</b> 6 à 10 pers. maximum <b>Formation distancielle</b> 6 pers. maximum	Formation Inter-entreprise <b>1100 € HT/Stagiaire<sup>(1)</sup></b> intra: nous consulter	 <b>4.7/5 (70 avis) (2)</b> <small>MAJ Déc 2025</small>

### COMPETENCES CIBLES

Découvrir ou approfondir ses connaissances pour ...

1

**Savoir comprendre**  
les évolutions des  
comportements  
d'achat

2

**Savoir identifier les**  
nouvelles attentes  
des clients

3

**Savoir adopter un**  
comportement  
professionnel

4

**Savoir mesurer**  
l'impact  
économique de la  
relation client

5

**Savoir appliquer**  
une communication  
constructive

### A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION



**Public**  
Tout collaborateur en contact  
avec des clients



**Les prérequis de la formation**  
Aucun prérequis n'est nécessaire  
pour participer à cette formation

### PROGRAMME

1

#### COMPRENDRE LES ÉVOLUTIONS DES COMPORTEMENTS D'ACHAT

**Prendre conscience des évolutions sociologiques en matière de relation client**

- Le monde change et le commerce aussi
- L'impact de ces évolutions sur la relation client au quotidien
- Les effets d'un métier basé sur la perception



##### Validation au travers de mises en situation :

S'entraîner à identifier les critères d'achat des clients propres à son secteur d'activité

2

#### IDENTIFIER LES NOUVELLES ATTENTES DES CLIENTS

**Donner du sens aux nouvelles exigences des clients**

- La perception au quotidien du client "Difficile"
- Les enjeux des clients " Difficiles" pour l'entreprise
- La recherche des véritables critères d'achat
- Les enjeux des remontées clients pour l'entreprise et les collaborateurs



##### Validation au travers de mises en situation :

S'entraîner à rechercher les véritables attentes des clients dans le cadre de son contexte de travail

**3**
**ADOPTER UN COMPORTEMENT PROFESSIONNEL**
**Acquérir les bases d'un comportement professionnel attendu pour mieux vivre la relation client**

- Les dangers du comportement naturel au pouvoir
- Les prérequis de la relation client
- L'application à travers le "Bonjour" : les effets du premier geste professionnel de la relation client
- L'intérêt d'adopter un comportement professionnel constant

**Validation au travers de mises en situation :**


S'entraîner à évaluer la qualité de son comportement professionnel dans la relation client dans le cadre de son contexte de travail

**4**
**MESURER L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA RELATION CLIENT**
**Prendre conscience de son rôle économique dans l'entreprise lors de la relation client**

- Le calcul du chiffre d'affaires d'un client gagné... ou perdu
- Les impacts économiques du client prescripteur
- Les principaux éléments qui composent un chiffre d'affaires
- L'incidence de la relation client sur le résultat de l'entreprise


**Validation au travers de mises en situation :**

S'entraîner à mesurer l'impact économique de la relation client dans son activité commerciale




**5**
**APPLIQUER UNE COMMUNICATION CONSTRUCTIVE**
**Acquérir des techniques de communication concrètes afin de mieux répondre aux attentes**

- Les principales motivations des clients en magasin
- La définition de "Vendre" dans la relation client au quotidien
- L'application du questionnement professionnel afin de mieux comprendre les véritables motivations du client
- La gestion des situations conflictuelles


**Validation au travers de mises en situation :**

S'entraîner à appliquer les techniques de communication avec les clients dans son contexte de travail et s'entraîner à gérer des situations conflictuelles

**ORGANISATION**

	<b>Méthodes d'animation</b>	Exercices pratiques sur des cas concrets, démonstration et interaction permanente entre les participants et le formateur
	<b>Modalités d'évaluation</b>	<b>Avant la formation :</b> Test de positionnement, Entretien de découverte interactif, Recueil des attentes et des situations insatisfaisantes, <b>Pendant la formation :</b> Exercice et mise en situation sur les compétences des participants, Questionnaire ou quizz d'évaluation par module <b>En fin de formation :</b> Questionnaire post-formation
	<b>Conditions de réalisation en distanciel</b>	Un ordinateur équipé d'une connexion internet, d'un système audio et d'une webcam. Une ligne téléphonique fixe ou portable.
	<b>Planification de la formation</b>	Toutes nos formations sont planifiées avec l'entreprise, dans le trimestre qui suit la validation de votre inscription.
	<b>Accessibilité aux personnes en situation de handicap</b>	Afin d'organiser dans les meilleures conditions la formation et de nous assurer que les moyens de la prestation de formation peuvent être adaptés à vos besoins spécifiques, vous pouvez nous contacter au 03 80 53 94 15 ou par mail à <a href="mailto:service.formation@cmv-formationconseil.com">service.formation@cmv-formationconseil.com</a>
	<b>Condition de déroulement de la formation :</b> <b>Livret d'accueil</b> <b>Règlement intérieur</b>	

(1) Les tarifs affichés correspondent au prix hors taxes par stagiaire pour des formations en inter-entreprise hors frais annexe (Abonnement, pause, repas, hôtel, ...). La T.V.A. applicable est de 20%. Pour les formations en intra, veuillez nous contacter.

(2) Note calculée sur l'ensemble des retours clients pour cette formation au cours des 12 derniers mois. Mise à jour tous les 6 mois.



**Afin de répondre à vos questions, d'établir un devis ou de réaliser une inscription, contactez-nous au 03 80 53 94 15 ou par mail [service.formation@cmv-formationconseil.com](mailto:service.formation@cmv-formationconseil.com)**

Générée le 16/12/25