

# Gérer les relations clients difficiles

2 j (14 heures)

Ref : COGD

## Public

Toute personne en lien avec les clients

## Pré-requis

Aucun

## Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue  
Questionnaire préalable de positionnement  
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif  
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

## Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur  
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires  
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage  
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires  
Attestation de fin de formation

## Objectifs

- Développer des attitudes adaptées aux situations
- Renforcer son argumentaire, son impact
- Gérer qualitativement les situations délicates, conflictuelles
- Valoriser son service, ses prestations

## Programme détaillé

### **COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE RELATION DE QUALITE**

---

- Cerner les enjeux d'une relation optimisée
- Mesurer l'intérêt d'une relation de confiance avec ses interlocuteurs
- Identifier et comprendre les profils clients
- Véhiculer une image positive du service

## IDENTIFIER LES ATTENTES DES CLIENTS PAR TYPOLOGIE

---

Typologie des clients

Quelles sont leurs attentes et leurs exigences

Les ressorts de leur satisfaction

## CONNAITRE ET COMPRENDRE LES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION

---

Les clefs de la communication efficace : écoute active – reformulation – empathie

Son approche (les premiers mots, gestes, attitudes favorisant la prise de contact)

Schémas de communication

## ATTITUDES QUI FONT LA DIFFERENCE

---

Développer son sens de l'écoute et de l'empathie

Décoder les structures de son langage et celles de ses interlocuteurs

Identifier les structures de pensée et les modes de communication de chacun

Percevoir les besoins énoncés et les besoins cachés

Traiter l'information en adoptant un langage précis et en faisant préciser les messages reçus

La clarification et la reformulation : restituer des informations en allant à l'essentiel en adaptant son message aux interlocuteurs

Identifier les obstacles à la communication pour mieux les surmonter

Eviter les erreurs, interprétations, les a priori...

Identifier les mécanismes de manipulation et repérer les comportements pièges

Cerner les éventuels freins d'un échange gagnant - gagnant

Identifier les objections et préparer ses réponses

Constater sans juger, interpréter et agir en conséquence

Expliquer les solutions, les valoriser

Exposer son point de vue et le défendre sans entrer dans l'engrenage de la polémique

Valoriser sa démarche et ses solutions

Inspirer confiance, rassurer

La voix : un instrument (ton, débit et articulation)

## GERER LES SITUATIONS DIFFICILES/DELICATES

---

Se donner des objectifs relationnels précis et les atteindre

Découvrir l'efficacité de la flexibilité et l'adopter

Produire un impact favorable sur ses interlocuteurs

Comprendre les motivations et critères de décisions de chaque profil client

Accueillir positivement une réclamation et mettre à l'aise

Organiser sa pensée et hiérarchiser ses arguments

Utiliser les arguments de la partie adverse

Convaincre en distinguant les faits, les bienfaits et les preuves

Impliquer et faire participer à la résolution

Gérer les objections

Obtenir l'adhésion de l'interlocuteur pour une meilleure implication

## Gérer les relations clients difficiles

Savoir se comporter en situation conflictuelle

Parade face aux comportements agressifs, défensifs, passifs et familiers

Gérer son stress et celui de son interlocuteur

Savoir quand et comment conclure

---