

Interagir auprès de clientèles difficiles

Méthodologie :

- Apports théoriques et pratiques
- Des autodiagnostic (selon les formations) et de la réflexion individuelle
- Réflexions de groupe guidées par la formatrice
- Simulations avec des situations vécues au sein de votre entreprise

		DURÉE
Public	Employés : Tous employés de votre entreprise	3 heures
Format	Présentiel ou virtuel	
Objectif	Comprendre les mécanismes et les stratégies à mettre en place avec les clients dits difficiles et adapter sa communication en conséquence	
Plan de cours	▪ Reconnaître les besoins des clients et adapter les différentes attentes ▪ Définir les stratégies de communications en fonction des situations ▪ Faire des liens avec les styles de personnalité des clients et son style de personnalité ▪ Analyse des 6 types de clients dits difficiles	
Document de formation	Transmis à la fin de la formation	
Attestation de formation	Transmis à la fin de la formation, sur demande	
Tarification	Sur demande de soumission	