

Animer et Accompagner ses Relationship Managers

Cible :

- Chargés d'affaires entreprises ;
- Responsables de bureau ;
- Conseillers clientèle particulier et professionnel ;
- Tout collaborateur en charge de l'animation d'un portefeuille de relations commerciales existantes ou à développer.

Objectifs Pédagogiques :

- Connaître le cycle annuel d'activité du Relationship Manager (RM) ;
- Maîtriser l'analyse conjoncturelle, macroéconomique et sectorielle ;
- Connaître la politique de crédit et effectuer la sélection des prospects ;
- Elaborer le plan d'action commercial ;
- Conduire le comité d'exploitation.

Contenu de la Formation :

Le Cycle Annuel d'Activité du Relationship Manager (RM) :

- Du budget annuel au bilan de fin d'année du RM ;
- Les KPI (Key Performance Indicators) du Relationship Manager.

L'Analyse Conjoncturelle, Macroéconomique et Sectorielle :

- Revue macroéconomique et macrofinancière : variables clés (PIB, taux de change EUR/USD, marchés des matières premières, indice boursier de la BRVM, etc.), politique monétaire, situation monétaire et balance des paiements ;
- Analyse des 3 secteurs d'activité économiques de la Côte d'Ivoire : primaire –secondaire - tertiaire ;
- Diagnostic Opportunities-Threats des différents secteurs du portefeuille.

La Politique de Crédit et Sélection des Prospects :

- Rappels des points clés de la politique générale de crédit de la BICICI ;
- Identification des RAAC (Risk Asset Acceptance Criteria).

L'Elaboration du Plan d'Action Commercial :

- Analyse du portefeuille existant : loi de Pareto ;
- Diagnostic de la chaîne de valeur des clients du portefeuille ;
- Elaboration du plan d'actions ;
- Mise en œuvre.

La Conduite du Comité d'Exploitation :

- Rappel sur les techniques de réunion ;
- Les points clés d'un comité d'exploitation ;
- Compte-rendu du comité d'exploitation ;
- Suivi des actions des RM et Mesure de recadrage.

Techniques d'Animation :

- Apports théoriques étayés par de nombreux exercices pratiques ;
- Contrôle permanent des acquis ;
- Support de cours.

Durée : 3 Jours**Coût : 400 000 FCFA/Participant** (comprend la documentation, l'animation, les pauses –café, le déjeuner pour les 3 jours).

Comportement Commercial

Cible :

- Collaborateurs du Service Commercial : Gestionnaires de la Clientèle, Adjoint DR ;
- Toute Personne de l'Entreprise dont les Actes ont une Incidence sur la Relation et la Fidélisation des Clients.

Objectifs Pédagogiques :

- S'approprier la méthode et les Outils d'adaptation du comportement permettant de mettre le client au cœur de l'entreprise ;
- Acquérir des Outils Permettant de Conserver et Conquérir des Clients ou Reconquérir des Clients Perdus.

Contenu de la Formation :

Adapter son Comportement: Bien se Connaître, Comprendre l'Autre, Faciliter la Communication, Eviter les Conflits :

- L'importance du comportement ;
- La méthode d'adaptation du comportement :
 - le fondement de la méthode ;
 - le langage des couleurs ;
 - la roue des couleurs.
- Les types de comportement :
 - les grandes tendances de comportement ;
 - les caractéristiques de la communication : verbale et non verbale ;
 - les points forts et les points faibles ;
 - notre image au travers des autres ;
 - les zones de conflits ;
 - la flexibilité.
- Le débriefing des profits de comportement :
 - le style naturel ;
 - le style adapté ;
 - la dynamique des styles ;
 - les émotions.
- Les apports du profil de comportement pour la cohésion d'équipe.

La Recherche de l'Efficacité : Travailler Mieux pour Soi et pour les Autres :

- Le rôle du client dans l'entreprise ;
- Le choix de la bonne attitude :
 - fidéliser : la finalité de la relation clients ;
 - être responsable : les zones de responsabilités ;
 - se positionner : le juste milieu.
- La communication :
 - écouter : l'écoute active et productive ;
 - émettre : les critères d'une bonne communication.

La Recherche de l'Efficacité : Travailler Mieux pour Soi et pour les Autres :

- Le langage :
 - s'exprimer : le langage positif ;
 - utiliser les outils du langage : parlé, écrit, ressenti.
- La gestion du temps :
 - Définir ses priorités : le principe d'Eisenhower ;
 - Traiter les urgences : vraies et fausses urgences ;
 - S'organiser : la maîtrise des outils ;
 - Gagner la guerre du temps : les lois du temps.
- La circulation de l'information :
 - communiquer juste : le « sang » de l'entreprise.

Techniques d'Animation :

- Apports méthodologiques et théoriques du consultant sur PowerPoint;
- Exercices pratiques ;
- Supports à remettre aux participants.

Durée : 5 jours

Coût : 500 000 FCFA/Participan (comprend l'animation, la documentation, les pauses-café et le déjeuner pour les 5 jours).

Comprendre le Client

Cible :

- Chargés de clientèle particuliers ;
- Responsables de bureau et de niveau ;
- Tout collaborateur qui manage une équipe de commerciaux et désire en améliorer les résultats.

Objectifs Pédagogiques :

- Changer son regard sur la relation client-entreprise ;
- Comprendre le mécanisme de la satisfaction du client ;
- Identifier les pratiques et qualités qui fidélisent les clients ;
- Développer une qualité de contact qui fait la différence ;
- Développer une écoute active et empathique ;
- Gagner en capacité d'influence ;
- Susciter la confiance du client.

Contenu du Programme :

Les Enjeux de la Relation Client :

- Définir les critères d'évaluation de satisfaction du client ;
- Distinguer satisfaction des attentes et fidélisation du client ;
- Identifier les « moments de vérité » de la relation client ;
- Maîtriser les émotions favorables au développement de la fidélisation du client ;
- Réussir sa relation émotionnelle.

Votre Client et Vous : Objectif Préférence :

- Satisfaire pour mieux fidéliser son client ;
- Devenir le fournisseur référence de son client : identification des leviers ;
- Gérer les situations d'insatisfaction ;
- Conseiller efficacement son client pour mieux revendre.

Comprendre les Moteurs de la Préférence du Client :

- Resituer sa contribution sur le parcours du client ;
- Distinguer les attentes implicites et explicites des clients ;
- Analyser le mécanisme de la satisfaction du client ;
- De la satisfaction à la fidélité : l'enjeu de la préférence client.

Offrir une Présence Empathique à son Client :

- Respecter les codes sociaux de l'entrée en relation ;
- Découvrir l'impact des émotions sur la communication interpersonnelle ;
- Apporter respect et considération au client ;
- Développer la confiance du client au cours de l'échange.

S'Engager Activement dans le Service du Client :

- Relier sa mission à l'ambition de l'entreprise ;
- Tenir sa place face au client ;
- Conduire l'entretien par étapes.

Influencer avec Intégrité les Clients :

- Viser des ventes et des décisions pérennes ;
- Mettre en valeur soi, son entreprise, sa prestation de service à travers le choix des mots ;
- Susciter l'adhésion du client par la méthode de l'argumentation structurée.

Ancrer la Préférence du Client :

- Valider toujours la satisfaction des clients ;
- Oser conseiller ses clients ;
- Anticiper, solliciter... et savoir surprendre ;
- Préserver la relation à long terme dans les situations délicates.

Techniques d'Animation :

- Apports théoriques étayés par de nombreux exercices pratiques ;
- Contrôle permanent des acquis ;
- Support de cours.

Durée : 3 Jours

Coût : 400 000 FCFA/Participant (comprend l'animation, la documentation, les pauses-café et le déjeuner pour les 5 jours).

Du Prospect à la Relation Clientèle

Cible :

- Conseillers clientèle particulier ;
- Chargés d'Affaires Entreprises et Professionnels ;
- Tous les Collaborateurs de la force de Vente ;

Objectifs Pédagogique :

- Définir concrètement ses Priorités de Prospection ;
- Prendre des Rendez-vous de Haut Niveau par Téléphone ;
- Adapter sa Stratégie de Vente au Cycle d'Achat du Prospect ;
- Prendre Plaisir à Gagner de Nouveaux Clients.

Contenu de la Formation :

Définir ses Priorités :

- La planification : méthodes structurées, méthodes intuitives... trouver le bon dosage ;
- Les indicateurs d'alerte : de la définition de son ambition aux objectifs intermédiaires ;
- Elaboration par chaque participant, de son plan d'action de prospection.

Entretenir son Energie de « Chasseur »:

- Lever les freins psychologiques ;
- Etre à l'écoute de son mental et de ses émotions ;
- Exercices en équipes.

Prendre des Rendez-vous de Haut Niveau:

- Les méthodes, comment en tirer parti, sans tomber dans les stéréotypes de la téléprospection ;
- Les « trucs et astuces » pour passer les barrages, susciter l'intérêt et répondre aux objections courantes ;
- Entraînement accompagné par le consultant sur des appels en réel sur la liste de prospects des participants.

S'Adapter au Cycle d'Achat du Prospect :

- L'horloge de la prospection ;
- Adapter sa tactique d'approche au prospect et répondre à ses questions implicites ;
- Les critères de go/no go sur une affaire : focaliser son énergie sur les meilleurs couples potentiel/probabilité ;
- Les meilleures pratiques pour rester « dans le paysage » ;
- Mises en situation d'entretiens de prospection et débrief sur les suites à donner dans une démarche proactive.

Techniques d'Animation :

- Apports méthodologiques et théoriques du consultant sur Powerpoint;
- Exercices pratiques ;
- Supports à remettre aux participants.

Durée : 3 jours

Coût : 400 000 FCFA/Participant (comprend la documentation, l'animation, les pauses –café, le déjeuner pour les 3 jours).

Les Techniques de Vente pour Conseillers Clientèle Particuliers

Cible :

- Conseillers Clientèle des Particuliers ;
- Collaborateurs de la Force de Vente ;
- Collaborateurs du Front Office appelés à faire de la Vente.

Objectifs Pédagogiques :

Donner à chaque participant, un nouvel angle de vue d'une fonction dont il maîtrise les fondamentaux :

- Identifier ses atouts et repérer ses axes d'accélération des performances techniques et relationnelles ;
- Fixer son objectif d'entretien commercial et construire son guide des bonnes questions ;
- Démystifier les acheteurs : mieux les connaître, établir les échanges gagnant/gagnant, identifier les circuits de décision pour conclure des ventes avec succès ;
- Donner des outils d'analyse permettant d'identifier les priorités d'action ;
- Aborder sereinement les objections de ses clients ;
- Approfondir les techniques de vente (au-delà des étapes classiques) et de négociation pour conclure positivement.

Contenu de la Formation :

Connaître son Marché, Piloter son Secteur:

- Observer et analyser son portefeuille client ;
- Gérer son secteur ;
- Analyser le circuit de décision.

Découvrir et S'adapter au Style de L'acheteur:

- Identifier rapidement les styles d'acheteurs ;
- Les techniques d'achats qu'il faut connaître.

Développer une Relation de Qualité et Créer des Points d'Appui :

- Se préparer, définir un objectif, un plan ;
- Rendre la présentation de sa société plus « vendeuse » ;
- Dépassez la simple expression de besoins : creuser pour identifier les besoins profonds du client ;
- Maîtriser les cas difficiles : le silencieux, l'agressif, etc.

Sélectionner les Arguments les Mieux Adaptés:

- Exprimer les caractéristiques du produit et de l'offre en bénéfices pour l'entreprise et pour l'acheteur ;
- Les techniques éprouvées pour bien argumenter et convaincre ;
- Parfaire son argumentaire de vente et le développer.

De la Vente à la Négociation : les clés pour Présenter son Offre et la Rendre « Attractive » :

- Les techniques pour présenter sa proposition de façon fluide ;
- Négocier des compromis mutuellement satisfaisants ;
- Savoir défendre ses marges sans dériver.

Les Réflexes pour Traiter Efficacement les Objections les Plus Difficiles :

- Identifier le « pourquoi » de l'objection : savoir surmonter les inquiétudes du client ;
- Recadrer et diminuer l'objection ;
- Les techniques pour traiter avec aisance les objections.

La Minute de Vérité ou Comment Conclure pour Vendre :

- 5 techniques pour conclure une vente et emporter la décision ;
- Traiter les réticences objectives et dépasser les réticences irrationnelles ;
- Méthode pratique pour présenter son offre à un groupe d'achat ;
- Consolider sa visite en préparant le prochain entretien : 10 bonnes raisons pour que le client ait envie de vous revoir.

Techniques d'Animation :

- Apports méthodologiques et théoriques du consultant sur Powerpoint;
- Exercices pratiques ;
- Supports à remettre aux participants.

Durée : 3 jours

Coût : 400 000 FCFA/Participant (comprend la documentation, l'animation, les pauses –café, le déjeuner pour les 3 jours).

Posture et Animation Commerciale

Cible :

- Chargés de clientèle particuliers ;
- Responsables de bureau et de niveau ;
- Tout collaborateur qui manage une équipe de commerciaux et désire en améliorer les résultats.

Objectifs Pédagogiques :

- Savoir identifier le canal de communication du client ;
- Savoir adapter sa communication au client ;
- Savoir gérer un client difficile et créer un échange gagnant ;
- Savoir transformer un client en partenaire ;
- Utiliser les moyens de motivation adéquats pour son équipe ;
- Amener son équipe à la performance commerciale.

Contenu de la Formation :

Première Partie : Posture Commerciale :

Savoir Identifier le Canal de Communication du Client :

- Découvrir les enjeux d'une communication réussie ;
- Cibler le comportement préférentiel du client.

Savoir Adapter sa Communication au Client :

- Les 4 méthodes d'analyse de la communication ;
- Optimiser sa communication.

Savoir Gérer un Client Difficile :

- Gérer les désaccords ;
- Gagner la confiance de son client.

Savoir Créer un Echange Gagnant :

- Conserver un comportement bienveillant ;
- Rester professionnel et empathique.

Savoir Transformer un Client en Partenaire :

- Etre persévérant et directif ;
- Instaurer une relation long terme.

Deuxième Partie : Animation Commerciale :

Motiver ses Collaborateurs :

- Les principaux ressorts de motivation ;
- Connaître les principaux facteurs de motivation ;
- Les éléments de motivation et les besoins correspondants ;
- Le tableau de bord « motivation » ;
- Donner des signes de reconnaissance ;
- Définition ;
- Les 5 lois du signe de reconnaissance.

Le Manager Face à sa Mission et à son Equipe

- Prendre du recul par rapport au contexte global ;
- Identifier précisément son rôle de manager.

Adapter un Style de Management Efficace :

- Connaître son style de management ;
- Autodiagnostic des styles de management ;
- Exploiter ses propres résultats.

Renforcer la cohésion de son équipe :

- Actionner un type de management ;
- 3 idées clés ;
- Définir des règles précises ;
- La loi des 3 P.

Pratique du Travail en Groupe :

- Objectifs personnels et objectifs communs ;
- Définir son rôle et celui de chacun ;
- Réductions des tensions existantes ;
- Disposer de plusieurs styles d'autorité ;
- Mise ne place d'objectifs clairement définis ;
- Faire connaître les points de vérification.

Déléguer Efficacement:

- Avantages ;
- Organiser une délégation ;
- Réussir son entretien de délégation.

Techniques d'Animation :

- Apports théoriques étayés par de nombreux exercices pratiques ;
- Contrôle permanent des acquis ;
- Support de cours.

Durée : 3 jours

Coût : 400 000 FCFA/Participant (comprend la documentation, l'animation, les pauses –café, le déjeuner pour les 3 jours).