

Vente & action commerciale

DEVELOPPER LA RELATION CLIENTS CHEZ LES CHAUFFEURS-LIVREURS



◆ Public visé :

- ✓ Chauffeurs, chauffeurs-livreurs
- ✓ Personnel roulant en charge des livraisons et des installations
- ✓ Personnel d'intervention technique

◆ Objectifs :

- ✓ Se réapproprier les évolutions du métier et de la fonction des chauffeur-livreurs
- ✓ Comprendre l'importance de sa mission dans la fidélisation de la clientèle
- ✓ Maîtriser les discours et les comportements à adopter dans la relation client
- ✓ Se démarquer des chauffeurs concurrents
- ✓ Traiter les situations délicates.

Valeur ajoutée de la formation

- ➔ Des chauffeurs plus à l'aise dans la relation client
- ➔ Des remontées d'informations plus qualitatives
- ➔ Un meilleur traitement des litiges et des demandes difficiles
- ➔ Une plus grande fidélisation de la clientèle

◆ Prérequis :

- ✓ Aucun

◆ Contenu :

Introduction

- ✓ L'évolution des clients et de leurs exigences
- ✓ La nécessaire adaptation du métier des chauffeurs-livreurs
- ✓ L'évolution du marché et de la concurrence

Mon rôle d'Ambassadeur dans la relation client

- ✓ Rappel de l'importance du client et de la relation avec la clientèle
 - La **pyramide inversée**
- ✓ Pourquoi le chauffeur est-il l'ambassadeur de la société ?
 - La place du chauffeur dans le processus commercial
- ✓ Quels sont les critères de choix d'un client ?
- ✓ Qu'est-ce qui motive le client ?
- ✓ Sur quoi se démarquer et comment ?

La communication positive et la fidélisation de la clientèle

- ✓ Qu'est-ce que la communication ?
 - **Test de Leavitt**
 - L'écoute active et la reformulation
 - L'empathie

- ✓ La communication verbale et non verbale au travers de concepts et d'exemples simples
 - Le langage parlé, le vocabulaire
 - Le langage du corps : l'ouverture à l'autre / la posture de fuite
 - L'apparence, l'attitude, le respect, la politesse
 - La discréetion, la serviabilité, la disponibilité, la conscience professionnelle

La démarche de livraison

- ✓ Avant de partir
 - Les éléments à vérifier
 - Quels sont les vecteurs d'image et comment les valoriser ?
 - Le camion
 - Le chauffeur-livreur
 - Check-list d'un camion et d'un chauffeur « professionnels »
- ✓ L'arrivée chez le client
 - Principaux points à observer en arrivant
 - Les erreurs à éviter
- ✓ La prise de contact
 - Le rôle clé des premiers instants : la règle des 4X20
 - Saluer et se présenter
 - L'importance du sourire
- ✓ La livraison
 - Le processus DCIP
- ✓ Le départ de chez le client
 - Rappel des règles de prise de congé

La collecte et la transmission d'informations

- ✓ Pourquoi collecter des informations ? Lesquelles ?
- ✓ Comment se montrer curieux sans être intrusif dans la relation client ?
- ✓ Comment renseigner le client ou le diriger vers le service compétent ?
 - Méthode du Quintilien
- ✓ Quelles sont les informations à remonter / à transmettre au client ?

Le traitement des cas difficiles et des situations à risque

- ✓ Comment, si nécessaire, dire non à un client ?
- ✓ Comment se comporter face à un client agressif ?
- ✓ Comment gérer un retard chez un client ?
- ✓ Comment réagir face à un client qui critique la société ou un de ses services ?

Conclusion

- ✓ Détermination du plan d'application et d'implication

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Travaux en sous-groupes sur les cas difficiles et les situations à risque
- ✓ Jeux de rôles filmés et débriefés à chaud
- ✓ Discussions interactives
- ✓ Remise d'un mémo reprenant les bonnes pratiques d'un chauffeur professionnel
- ✓ Trame (avec exemple) d'un compte-rendu sommaire mais précis (écrit ou oral) sur la nature et le contenu de l'entretien avec un client

Durées et modalités :

	Présentiel	Distanciel
Formation collective	1 jour (7h)	Non dispensée
Formation individuelle (Pack formation coachée)	8h30	Non dispensée