

## INTITULÉ DE LA CERTIFICATION

CULTIVER LA RELATION CLIENT PAR LA MOTIVATION

### Activités, contextes et situations professionnelles

Cette certification permet à des candidats ayant des fonctions techniques **d'attester de compétences complémentaires commerciales, de communication pour occuper des fonctions de technico-commerciaux.**

Un très bon expert technique doit maîtriser toutes les facettes de la relation client pour occuper une fonction de technico-commercial et **compléter sa très forte expertise métier par une expertise relationnelle, de communication, de motivation.**

Vis-à-vis de clients de plus en plus exigeants, informés, pressés, volatils, **l'efficacité** est plus que jamais indispensable aux techniciens pour convaincre dans un laps de temps souvent très court et **donner envie d'acheter** le produit. Le technicien doit donc développer des compétences qui lui permettent **d'analyser les profils de ses clients, de développer sa capacité d'écoute et de motivation, d'utiliser les techniques et outils pour gérer toutes les situations même conflictuelles de manière positive.**

Ces compétences complémentaires permettront aux techniciens de s'orienter vers des nouveaux postes **où les offres d'emplois sont très nombreuses, d'avoir une double compétence** technique, motivationnelle et de communication, **de démontrer sa capacité à adapter sa communication en temps réel, en fonction de la personnalité et des réactions de son interlocuteur, construisant ainsi avec lui une relation durable, fidèle, de confiance.**

Public cible : Techniciens, agents SAV, conseillers, assistants techniques, techniciens support client, responsables de support ou de programme technique.

Pré requis : Avoir une expérience sur un produit ou une prestation de un an minimum.

Activité concernée : Relation client, vente ou conseil d'un produit ou d'une prestation, fidélisation.

Tâches concernées : Elaborer un plan de communication individuel, adapté à la personnalité de son interlocuteur, mener un entretien commercial efficace et motivant, gérer les situations conflictuelles de manière positive.

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<p>L'évaluation a lieu sur un jour et comporte deux types d'épreuve :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Des épreuves écrites sous la forme de QCM (40 questions) et la rédaction d'une feuille de route (04 pages)</li> <li>-Des épreuves orales par études de cas pratiques et mises en situation</li> </ul>	
<p>- <b>1</b> : Identifier les composantes de la personnalité de son interlocuteur, en utilisant les leviers de motivation et les principes du modèle Process Com, dans le but de lui délivrer un message parfaitement adapté à sa demande et à son profil, pour susciter son adhésion et son envie de collaboration par la mise en place d'un plan de communication personnalisé.</p>	<p>Lors d'une étude de cas pratique, il est demandé au candidat de décrire les éléments les plus marquants de la personnalité de son interlocuteur et ses leviers de motivation, de proposer un plan de communication adéquat qui tient compte du profil détecté.</p>	<p>- <b>Critère 1</b> : Dans le plan de communication personnalisé, pertinence des leviers de motivation et des composantes de personnalité retenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les leviers de motivation de son interlocuteur sont identifiés et justifiés : Référentiel SONCAS</li> <li>-Le type de personnalité de l'interlocuteur précisé est cohérent au regard des expressions utilisées dans le cas pratique : Référentiel Process Com</li> <li>- Les deux éléments précédents sont utilisés pour mettre en place un plan de communication personnalisé : Points de vigilance, définition d'objectifs, précision des canaux de communication à favoriser.</li> </ul>

- **2** : Structurer l'entretien commercial de manière motivante, en utilisant des outils de communication adaptés, dans le but de faire s'exprimer son interlocuteur afin d'identifier toutes ses attentes explicites et implicites et de réaliser un rendez-vous efficace dans le cadre d'une relation de fidélisation.

A partir d'un cas concret, il est demandé au candidat de préparer et structurer un entretien commercial.

- **Critère 2** : Respect de la structure de l'entretien, capacité à s'exprimer, capacité d'écoute,

- L'entretien est structuré en cinq étapes :
  - Préparation : les trois types de préparation sont présents : physique, psychologique, technique. les problématiques sont posées, la marge de manœuvre identifiée, les objectifs sont définis.
  - Introduction : l'accueil est motivant. Un message sonar est utilisé et est cohérent au regard de l'objectif de l'entretien.
  - Compréhension : les techniques de communication parmi l'écoute active, les différents types de relance, la reformulation à valeur ajoutée, sont pratiquées.
  - Argumentation : l'argumentation graduelle est employée. Des outils managériaux motivants sont utilisés en particulier la valorisation d'un bon résultat d'une action de vente ou la correction motivante d'erreurs d'un résultat d'action de vente médiocre.
  - Conclusion : la synthèse est structurée et appropriée à la situation : rappel de la problématique, objectifs, analyse, points importants, plans d'action, planning de suivi, prochain rendez-vous.
- La posture relationnelle adoptée par le candidat est adaptée à la situation et à son interlocuteur : maîtrise des gestes, du positionnement, du regard, de la voix.

<p>- <b>3</b> : Adapter sa communication en temps réel au cours de l'entretien commercial, à travers le décryptage et l'analyse des dissonances verbales et comportementales de son interlocuteur, dans le but de lever toutes ambiguïtés et non-dit, par l'ajustement permanent de son mode de communication en fonction des réactions de son interlocuteur.</p> <p>- <b>4</b> : Gérer les situations tendues, en utilisant des techniques de communication adaptées tout en canalisant son stress et ses émotions, dans le but de faire face à toutes les situations déstabilisantes face à un client et mettre en place des actions visant à maintenir une relation positive et restaurer un climat de confiance.</p>	<p>À partir d'un cas concret, il est demandé au candidat d'analyser une situation, de proposer une communication adaptée au contexte.</p> <p>Lors d'une étude de cas pratique, il est demandé au candidat d'analyser une situation conflictuelle, de préparer et mener l'entretien correspondant.</p>	<p>- <b>Critère 3</b> : Capacité d'observation et d'écoute, cohérence des messages et des attitudes au regard des comportements et réactions de son interlocuteur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La détection des dissonances comportementales est maîtrisée : Des signes de fuite, signes écrans, signes de réassurance sont précisés.</li> <li>-Les dissonances verbales sont identifiées et traitées : répétitions, contradictions, mots incongrus.</li> <li>-Les signes de réceptivité positive sont relevés : regard, distance, espace.</li> <li>-Une réaction appropriée d'ajustement de sa communication est attendue : blocage des réflexes polémiques, recherche des causes, levée des freins, plan d'actions correcteur, et satisfaction de l'ensemble des attentes.</li> </ul> <p>- <b>Critère 4</b> : Capacité à communiquer et réagir de manière positive et motivante dans un environnement agressif, y compris face à des personnes en situation de handicap, capacité de prise de recul :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La structure de l'entretien est complète et ordonnée : les techniques de questionnement, d'amplification, d'écoute active, de reformulation, d'argumentation sont utilisées.</li> <li>- Les objections sont qualifiées et traitées.</li> <li>- La posture relationnelle est motivante et adaptée au contexte décrit : démonstration d'empathie, réaction appropriée face au comportement de son interlocuteur et volonté d'apporter des solutions.</li> <li>- La prise de recul est démontrée : les ancrages positifs, le discours interne, la routine de performance sont précisés</li> </ul>
--	---	--

		<p>- Une solution efficace est proposée afin de préserver la relation client : satisfaction client.</p>
--	--	---