

Formation

Améliorer les interaction à distance en relation clientèle

CONTEXTE

Pour un certain nombre d'entreprises, la **crise du Covid-19** a très fortement limité les possibilités de déplacement vers leurs marchés étrangers, ce qui les conduit aujourd'hui à **revoir leurs processus de vente et à accélérer la digitalisation** de leurs étapes d'acquisition client : contacts, démonstration produits, présentation de résultats d'études de faisabilité, présentation et négociation d'offres commerciales.

ENJEUX

Ces étapes qui avaient principalement lieu en présence physique du ou des prospects se réalisent maintenant essentiellement par **vidéo-conférences**, compte tenu des limitations de déplacement et de distanciation. S'il rend possible l'échange, ce mode de fonctionnement réduit et déforme considérablement les éléments non verbaux des réunions et peut **atténuer de ce fait la performance commerciale des équipes**.

OBJECTIFS

Permettre aux équipes destinées à communiquer à distance **d'améliorer leurs interactions en relation clientèle**, à travers le développement et la maîtrise des compétences suivantes :

- **posture corporelle et vocale** : améliorer leur présence à l'image et à l'écoute
- **expression verbale** : gagner en clarté d'expression et en assertivité
- **communication** : développer leur écoute et leur capacité d'adaptation

Le parcours de formation est destiné à :

- **monter le niveau d'expertise et d'autonomie des collaboratrices et des collaborateurs** en gestion de la communication à distance pour garantir une optimisation des étapes de vente
- **améliorer l'expérience client** dans tous les niveaux d'interaction et à travers les différents médias utilisés : téléphone, vidéo-conférences, outils de prospection à distance, faces-à-faces
- **travailler sur l'image de l'entreprise** en renforçant la qualité et l'efficacité du message délivré tout en garantissant une meilleure cohérence entre la forme et le fond

ITINERAIRE DE FORMATION

Ce module est composé d'une alternance entre :

- **journées** de formation collectives en présentiel
- **entretiens** à distance individuels ou en binômes

Cette alternance est modulée en fonction des besoins des participants et des dates cibles du calendrier de l'entreprise.

CONTENU

La communication à distance requiert d'adapter sa posture **selon 3 axes** :

- « **Être vu.e et entendu.e** » : être attentif.ve à sa posture corporelle face à l'écran ; optimiser l'usage de sa voix pour être entendu.e au téléphone ou en vidéo-conférence ; soutenir son message avec les gestes et le regard ; voir et être vu.e, séquencer le temps et occuper l'espace à distance ; donner confiance avec le corps et par la voix ; préparer son intervention à distance au-delà de la technique.
« **Être compris.et retenu.e** » : organiser son expression pour ne pas perdre son auditeur ; savoir synthétiser ou développer ses idées ; adapter son débit à l'écoute à distance ; entre dire et montrer, trouver sa rythmique pédagogique ; laisser une trace mnésique avec la stratégie de l'effet ; clarifier ses intentions et s'assurer d'une bonne réception.
- « **Écouter et être écouté.e** » : signaler qu'on écoute dans sa posture et dans sa voix ; mettre l'écouter au centre de ses préoccupations ; savoir s'adapter au live et improviser à distance ; mettre du relief et des contrastes dans sa voix pour réveiller l'attention ; au-delà de la technique, tenir le fil rouge de la relation ; transmettre l'enthousiasme et l'implication avec sa posture et sa voix ; scénariser son intervention pour capter l'attention de son interlocuteur.trice.

Une journée de formation sera consacrée à chacun de ces 3 axes. Les entretiens à distance permettront un approfondissement et un ajustement individualisé en fonction des besoins.

Une première journée de formation intitulée « **Repérer les difficultés - Identifier les besoins** » servira de préalable aux 3 journées suivantes. Elle vise à :

- interpeller les participant.es sur **les enjeux de la communication à distance** à l'intérieur de la nouvelle organisation de l'entreprise et les sensibiliser aux 3 axes à développer
- les mettre en situation en petit groupe pour leur permettre de **repérer leurs difficultés** et de s'impliquer dans le projet de formation

Cette journée d'introduction permettra également d'ajuster le contenu des journées suivantes aux besoins qui auront été identifiés.

METHODE ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Cette formation ayant pour but d'impliquer les collaborateurs.trices dans le processus de changement de l'entreprise, elle devra dans la mesure du possible :

- introduire les notions abordées au travers de **misés en situation pratiques**
- faire émerger la dynamique de changement **des participant.es eux-mêmes**

Une synthèse des notions abordées sera présentée sous forme de slides projetés ainsi que de document papier à l'issue de chaque journée de formation.

PUBLIC

Equipes de **10 à 20 personnes** à l'intérieur d'une entreprise visant l'accélération des processus de communication ou de vente à distance. Pas de prérequis.

La formation est adaptée dans son contenu comme dans son organisation aux demandes et aux besoins spécifiques de chaque entreprise.

INTERVENANTS

Aline JALLIET, chanteuse lyrique, coach vocal et consultante formatrice Écoute et Voix, autrice et conférencière (*La Voix de son Être*, 2017 ; *Humain-e*, 2020, L'Harmattan)

Géry BERTRANDE, journaliste économique, youtubeur d'entreprise et fondateur du média JeViensBossesChezVous (www.youtube.com/jeviensbosseschezvous)

Aline JALLIET et Géry BERTRANDE diffusent sur Youtube une websérie intitulée **Comment ça voix ?** qui répond aux questions que les professionnels se posent sur la voix et la prise de parole : <https://youtu.be/N9Lfrnp4I7k>