

## Développer la relation client dans la banque

### ■ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Proposer le bon produit au bon client, au bon moment et avec des arguments efficaces.

### ■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable de :

- Gérer une relation clientèle durable en privilégiant une approche "Client" plutôt qu'une démarche "Produit"
- Identifier les attentes d'un client en conjuguant : un questionnement de bon aloi, une écoute active et l'approche méthodique PETALE

### ■ PUBLICS VISÉS

Employés, Maîtrise, Encadrement

### ■ PRÉREQUIS

Aucun prérequis

### ■ DURÉE

7 heures (variable en fonction des objectifs)

### ■ MODALITÉS

Intra, présentiel

### ■ PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

La formation est structurée en 3 parties.

#### Partie 1 : Introduction

- les étapes de la Relation Commerciale
- les informations PETALE
- les accroches et transitions

#### Partie 2 : la Découverte du Client (mise en situation)

- chaque participant :
  - joue individuellement le rôle d'un conseiller/vendeur
  - est mis en situation d'entretien de manière aléatoire
  - est confronté à un thème
- Les conditions de l'entretien de 3 minutes :
  - au téléphone (les joueurs se mettent dos à dos pour ne pas se voir)
  - au guichet (ils seront debout, sans possibilité de prendre des notes)
  - au bureau (ils seront assis, en face à face, avec possibilité de prise de notes)

#### Partie 3 : le Choix des Produits (mise en situation)

- les participants fonctionnent en binôme
- savoir choisir les produits les plus pertinents pour un client dont les attentes et les besoins ont été découverts dans la partie 2.

#### Conclusion

- Zoom sur notions clés

## ■ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La connaissance du client en banque est fondamentale pour améliorer les performances commerciales.

Ce séminaire a été créé pour donner des pistes concrètes aux conseillers et améliorer la relation client. Il comprend :

un jeu de rôle dans lequel les participants se répartissent le point de vue de l'agence et le point de vue des clients. Ils doivent concevoir une technique d'interview leur permettant d'explicitier dans un minimum de temps les données clients utiles à la construction d'une offre appropriée. une série d'exercices au cours desquels les participants, connaissant les caractéristiques des clients, s'exercent à leur proposer les produits financiers qui leurs conviennent.



## ■ SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

*(liste non exhaustive)*

- Affiches
- Stickers
- Tapis de jeu
- Cartes
- Jetons, dés, pièces spécifiques
- Dossier du participant
- Livret pédagogique (format électronique)

## ■ VALIDATION DE LA FORMATION

- Attestation de stage

## ■ ÉVALUATION DE LA FORMATION :

- Questionnaire de satisfaction (réponse aux attentes), en salle
- Évaluation à chaud (quiz de validation des acquis), en salle
- Évaluation à froid sous la forme d'un questionnaire, par entretien téléphonique ou sur site (sur demande)

## ■ PERSONNALISATION DE LA FORMATION

- Selon objectifs et éléments fournis par l'entreprise