

Corrigé de l'activité P1C2



Pour vous aider à identifier toutes les méthodes utilisées, nous avons choisi de vous présenter une correction détaillée, exhaustive et structurée. Il est évident que cela ne correspond pas aux attentes que nous avons de votre analyse.

1. Respect des fondamentaux de la relation client : la méthode SBAM

Élément SBAM	Exemple dans l'échange	Impact
Sourire	Même sans contact visuel, la voix de Yacine semble chaleureuse et accueillante	Met le client à l'aise et en confiance malgré l'échange à distance
Bonjour	Salutation claire et professionnelle au début	Installe un climat accueillant
Au revoir	Formule de politesse pour conclure	Renforce la bonne impression laissée
Merci	Remerciements répétés durant l'échange et à la fin	Valorise le client et encourage le dialogue, puis conclut sur une note positive

2. Structuration globale de l'échange : méthode CERC

Étape	Application dans l'échange	Objectif
Contact	Présentation claire, salutation, accueil chaleureux	Instaurer un climat de confiance initial
Écoute	Questions ouvertes, reformulations régulières pour valider, écoute activement	Recueillir précisément les besoins
Réponse	Proposition adaptée, argumentation sur les certifications, couleurs, etc., transparence	Apporter une solution pertinente et adaptée
Conclusion	Proposition de rendez-vous, vérification, salutations polies	Assurer la satisfaction et la suite de l'échange

3. Approfondissement : utilisation de la méthode CRAC dans la phase d'écoute et réponse

Étape	Exemple dans l'échange	Usage
Creuser	Questions ouvertes (« Pourriez-vous me décrire vos besoins ? Quels sont les critères principaux ? »)	Approfondir la connaissance du client
Reformuler	Reformulations fréquentes (« Si je vous suis bien... »)	Confirmer la bonne compréhension
Argumenter	Présentation des tissus certifiés OEKO-TEX, options couleurs (« Nous avons plusieurs tissus recyclés certifiés OEKO-TEX qui pourraient vous intéresser. »)	Convaincre avec des arguments adaptés
Contrôler	Validation du rendez-vous, vérification des attentes (« Préférez-vous jeudi après-midi ou vendredi matin ? » ; « Avant de conclure, y a-t-il autre chose que vous souhaiteriez que je transmette à notre équipe ? »)	S'assurer de la satisfaction et de l'engagement client

4. Mise en œuvre de l'écoute active

Comportement clé	Observation / Exemple dans l'échange	Impact
Montrer que l'on écoute	Voix chaleureuse, ponctuations verbales positives (« Très clair », « Merci Claire »)	Instaure la confiance et encourage le client à s'exprimer
Laisser parler sans interrompre	Claire s'exprime librement, Yacine écoute attentivement	Permet au client d'exposer pleinement ses besoins
Poser des questions ouvertes	Questions pour recueillir critères et besoins détaillés (« Quels sont les critères principaux ? »)	Encourage le client à fournir des informations complètes et favorise la collecte de détails
Reformuler	Reformulations régulières (« Si je vous suis bien... »)	Valide la compréhension et évite les malentendus
Être attentif au non-verbal	Observation du ton, pauses, hésitations (au téléphone)	Ajuste la réponse selon l'état émotionnel du client
Gérer les silences	Yacine laisse Claire consulter son agenda sans précipitation	Favorise une communication sereine et complète

5. Types de questions utilisées

Type de question	Exemple dans la conversation	But / Usage
Question ouverte	« Pourriez-vous me le décrire ? Quels sont les critères ? »	Encourager le client à détailler ses besoins
Question de clarification	« Si je vous suis bien, vous recherchez un tissu imperméable, stretch et isolant ? »	Valider la compréhension, éviter les malentendus
Question factuelle	« Sur quelle surface de tissu comptez-vous pour cette commande ? »	Obtenir une donnée précise
Question alternative	« Préférez-vous un tissu recyclé ou certifié biologique ? »	Guider la prise de décision, orienter le choix
Question suggestive	« Nous avons plusieurs tissus certifiés OEKO-TEX qui pourraient vous intéresser. Cela vous conviendrait ? »	Inciter à considérer la proposition
Question fermée	« Vous souhaitez des coutures renforcées ? »	Confirmer un point précis

6. Gestion des attentes et valorisation

Technique	Exemple / Observation	Objectif
Transparence	« C'est un volume que l'on peut honorer. »	Gérer les attentes de façon réaliste
Valorisation des valeurs partagées	Mise en avant de l'éco responsabilité et des certifications	Renforcer la confiance et l'adhésion client
Proposition adaptée	Options de couleurs et finitions selon besoins exprimés	Adapter l'offre pour maximiser la satisfaction
Ouverture à l'échange	Invitation à transmettre d'autres attentes	Créer une relation participative et dynamique

7. Clôture professionnelle et prise de rendez-vous

Action	Exemple / Observation	Objectif
Proposition de RDV claire	Choix entre deux créneaux horaires	Faciliter la prise de décision
Validation du RDV	Confirmation de la date choisie	Rassurer le client sur la suite
Engagement sur suivi	Envoi d'un mail de confirmation	Assurer le professionnalisme et la rigueur

Politesse de clôture	Formules de politesse finales	Maintenir une bonne relation client
----------------------	-------------------------------	-------------------------------------

8. Synthèse :

L'échange téléphonique met en œuvre toutes les compétences clés enseignées

- La posture professionnelle et chaleureuse (SBAM).
- Une structuration claire selon CERC, avec une attention particulière portée à la phase d'écoute et de réponse grâce à la méthode CRAC.
- L'écoute active soutenue par un questionnement en entonnoir efficace, permettant de bien cerner les besoins.
- La valorisation transparente et argumentée des produits en lien avec les attentes écologiques du client.
- Une conclusion organisée, favorisant un suivi fluide et la satisfaction client.

Cette approche de qualité prépare idéalement l'étape commerciale suivante et contribue à la fidélisation potentielle du client.