

**Module de base**

| <b>Titre de module</b>          | <b>Communication et relations clients</b>   | <b>Code</b>  | <b>EP-Q3</b> |
|---------------------------------|---|--|--------------|
| <b>Conditions</b>               | Se base sur le domaine de compétences opérationnelles 1.1: «Conseil et vente» du plan de formation pour horticulteurs/horticultrices CFC.<br>Expériences personnelles dans la gestion de la clientèle. Les participants sont familiarisés avec le quotidien d'une entreprise du secteur vert orientée clients.  |  |              |
| <b>Compétences</b>              | Dans l'entreprise, les personnes ayant suivi ce module opèrent en première ligne en coopération avec les collaborateurs et sont les premiers interlocuteurs des clients. De par leur présentation et leur comportement, ils fournissent au client la première impression de l'entreprise et exercent une influence directe sur son futur comportement d'achat.<br>À titre de cadres, ils se doivent de pratiquer une communication et un contact avec la clientèle exemplaires. Ils encadrent le personnel dans les domaines suivants: Accueil, information et suivi des clients. Pour cela ils observent le personnel, analysent les entretiens et conviennent avec les collaborateurs des mesures d'optimisation à prendre.<br>Ils mènent des entretiens d'information, de conseil et de vente ciblés en se mettant à la portée du client, sachant convaincre par leur compétence technique, des arguments concrets, un comportement à l'écoute du client, des informations techniques et leur professionnalisme.   |  |              |
| <b>Contrôle des compétences</b> | Analyser une séquence d'entretien, durée 45 min.<br>Analyse d'un entretien client archivé (compte rendu ou vidéo): Réclamation, information, conseil, vente par ex. ou d'une séquence extraite de l'entretien.  |  |              |
| <b>Objectifs de formation</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Élaborer un profil personnel simple/une image de soi (points forts, écueils, manque de détermination, attentes, qui je voudrais être et comment, ma façon de communiquer, l'effet que je fais sur les autres, ambitions, disposition à évoluer).</li> <li>2. Comparer l'image de soi avec les images reçues, décrire les différences. Définition des objectifs et des mesures destinées à développer la compétence en communication.</li> <li>3. Expliquer les principes de la communication (émetteur-récepteur, langage, gestes, mimique, posture corporelle, écueils) et leur signification pour l'entretien client.</li> <li>4. Décrire les facteurs d'influence et les caractéristiques du comportement humain (besoins, expériences, typologie, craintes) et expliquer leur signification pour la relation vendeur-client.</li> <li>5. Décrire les facteurs d'influence du comportement à l'écoute du client et de la présentation d'un bon vendeur (écouter, prendre le client au sérieux, répondre à ses attentes, technique d'interrogation, apport de solutions etc.) et les identifier à partir d'exemples.</li> <li>6. Identifier les types et genres de clients, les motifs d'achat et les mesures déclenchant l'achat dans le contact client et l'entretien de vente.</li> <li>7. À partir d'exemples, analyser les entretiens avec les clients et en dégager les possibilités de pilotage actif et ciblé d'un entretien.</li> <li>8. À partir des règles reconnues et des directives internes, élaborer un processus/modèle personnel pour la conduite d'entretiens clients.</li> <li>9. Conduire des entretiens clients, les mener à bien, les évaluer et formuler des mesures d'optimisation pour les entretiens suivants.</li> <li>10. Observer et analyser les entretiens clients des collaborateurs et en déduire des approches et des mesures concrètes pour leur optimisation.</li> <li>11. À l'aide d'exemples, expliquer les caractéristiques des réclamations et du processus de réception. Décrire des approches de solutions permettant de résoudre ces problèmes.</li> <li>12. Décrire des phénomènes sociaux actuels (durabilité, énergie, environnement, ressources, qualité, sécurité). Expliquer les chances en résultant pour les prestations de service et les produits de la filière et la manière de les exploiter de façon ciblée pour les clients.</li> <li>13. Expliquer les principes de la fixation des prix pour les produits et services proposés par l'entreprise et leur utilisation lors de l'argumentation sur les prix.</li> <li>14. Expliquer la signification et l'impact de manifestations événementielles pour l'entreprise et décrire des exemples d'activités dans le cadre de manifestations organisées par l'entreprise.</li> </ol> |  |              |
| <b>Durée d'enseignement</b>     | Cours avec travaux pratiques et certificat de compétences   | Heures   | 20           |
| <b>Reconnaissance</b>           | Module obligatoire pour l'admission à l'examen professionnel.<br>Certificat de formation continue pour les participants finalisant le module avec le certificat de compétence.  |  |              |
| <b>Durée de l'ID module</b>     | 5 ans   | <b>Durée de validité du certificat de compétence pour l'admission à l'EP</b> | 7 ans        |