



2 JOURS



Présentiel 14 h
(2 jours consécutifs)



Distanciel 14 h (2 jours
non consécutifs 1 + 1 jour
avec intervalle
de 7 jours)

GERER LA RELATION CLIENT AU QUOTIDIEN



PUBLICS CONCERNÉS

- Tout salarié exposé à une relation client quotidienne, devant fidéliser et développer une qualité de service dans la durée



PRÉREQUIS

- Aucun



OBJECTIFS

- Prendre conscience de l'importance de la fidélisation clients dans une stratégie commerciale
- Intégrer les grandes règles d'une communication réussie avec un client
- Répondre aux attentes du client et pérenniser la relation client
- Savoir gérer les situations délicates

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Plateforme pédagogique :
accessible dès 15 jours avant le présentiel et pendant 3 mois

Présentiel/classe virtuelle :
alternance de théorie,
d'exercices et de mises en
situation



Bien communiquer permet au client de se sentir « pris en charge », favorise la création du lien et la fidélisation naturelle. Cette formation s'adresse à tous les collaborateurs en charge de gérer la relation client. Elle vous permet de **développer votre habileté dans la communication au quotidien avec les clients, que la situation soit « normale » ou qu'elle soit difficile, voire conflictuelle.**

ARTICULATION ET RYTHME PÉDAGOGIQUE

- 2 journées de formation synchrones
 - en présentiel (2 jours consécutifs)
 - en distanciel (classe virtuelle : 2 jours non consécutifs 1 + 1 jour avec intervalle de 7 jours)

PROGRAMME DÉTAILLÉ

EN AMONT

Durée du parcours digital : 29 minutes

Ouverture de la plateforme pédagogique 15 jours avant la formation et 90 jours après la formation

- Forum collaboratif
- E-supports de formation téléchargeables
- Podcast : « Comment transformer des clients mécontents en ambassadeurs (Les 7 règles) ? » (14 mn)
- Capsule e-learning : « Gérer la relation client avec efficacité » (15 mn)

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1. LA RELATION CLIENT ET QUELS SONT LES ENJEUX DE SA FIDELISATION

Le marketing relationnel au service de la stratégie commerciale

- Présentation du concept de la relation client
- Les enjeux de la fidélisation client

Les rôles des différents acteurs dans la fidélisation client

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Pendant la formation, chaque participant utilise un support qui reprend les concepts et différents points traités et des exercices d'application et d'entraînement.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- à Clichy-la-Garenne (92110) ; et à Paris :
 - une salle de formation + une salle de détente au cœur du 2^e arrondissement, accessible par 4 lignes de métro
 - PC, relié à un écran LCD pour vidéoprojection
 - Vidéoprojecteur
 - Paper-board
 - Accueil avec café, thé, eau, jus d'orange et gâteaux

MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 4 participants
- **Lieux** : ILE-DE-FRANCE, NORMANDIE, HAUTS-DE-FRANCE, GRAND-EST, BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE

ACCESSIBILITÉ

Inclusion de différents types de handicap. Vous êtes en situation de handicap, intéressé.e par le programme ? Contactez notre Référent Handicap pour préciser votre besoin : clemence.terrier@evoluteam.fr

PRIX PUBLIC

Inter : 1 390 € HT par participant
Intra : 3 850 € HT par session (4 à 10 participants)

L'évolution des attentes des clients d'aujourd'hui

 **Exercice pratique** : Cartographie de son parcours client

2. FIDELISER AU QUOTIDIEN

2.1. Intégrer les grandes règles d'une communication réussie avec un client

La complexité de la communication

- Le cadre de référence
- Les croyances, les inférences, les interprétations
- Le langage verbal et non verbal

 **Exercice pratique** sur les faits, les opinions, les sentiments - l'omission, la généralisation, la distorsion, les inférences

Les clés d'une communication réussie avec le client

- L'écoute active
- Le langage de la précision
- Le langage positif
- La communication non verbale : Autopositionnement et débriefing

 **Mise en situation et atelier pratique** : à partir de situations du quotidien apportées par les participants

Le choix des canaux de communication selon la qualité de la relation et la complexité du message

 **Cas pratique** :

1. Choix des canaux de communication
2. Rédiger un mail efficace ou analyser les défauts d'un mail (cas réel)

 **Fiche outils** :

- L'écoute active (pour aller plus loin)
- La reformulation dans l'écoute active (pour aller plus loin)

2.2. Répondre aux attentes du client

Identification des attentes et demandes du client

- Cartographie des 6 grandes familles de besoins et attentes
- Savoir diagnostiquer des attentes explicites et implicites pour comprendre le besoin réel

 **Atelier** « tableau de bord de mes clients »

 **Mise en situation** : répondre aux besoins clients

 **Fiche outils** : Identifier les attentes clients

2.3. Gérer les situations délicates

Définition d'une situation délicate et identification des signaux d'alerte pour l'anticiper

Le fonctionnement du cerveau dans la création de réactions impulsives

- Le cerveau tri-unique de Mac Lean
- Les différents comportements face au conflit : la fuite, l'évitement, l'agressivité

Les sources des tensions / conflits

Les clés d'une communication adaptée en situation délicates

FINANCEMENT OPCO ATLAS

Pour les adhérents de l'OPCO ATLAS, cette formation est disponible en Action collective. Pour toute question sur le tarif Action Collective et sur le dispositif de financement associé, contactez nos conseillères formations :

- ▶ par téléphone :
01 47 39 02 02
- ▶ par mail : info@evoluteam.fr

FORMATION À DISTANCE

Pendant toute la période de votre formation, pour toute question relative à la plateforme ou pour toute assistance technique, notre équipe pédagogique en charge des modules E-learning répondra à vos questions

- ▶ de 9h30 à 17h30 au
01 47 39 02 02
- ▶ ou sur l'adresse mail
suivante : contact@digitalcamp.fr

ACCESSIBILITÉ

Vous êtes en situation de handicap, intéressé.e par le programme ? Contactez notre Référent Handicap pour préciser votre besoin :
clemence.terrier@evoluteam.fr

FORMATION SUR- MESURE

Vous avez un projet sur-mesure, vous souhaitez intégrer votre contexte et vos enjeux spécifiques à la formation, contactez notre Directrice Commerciale :
laure.casta@evoluteam.fr

- L'accueil des émotions (vidéo)
- La communication assertive
- La gestion des objections

 **Autodiagnostic** : mon style naturel de communication

La méthode de gestion des reproches et des mécontentements en 6 étapes

 **Jeux de rôle et débriefing** à partir de situations concrètes des participants

 **Fiche outils** : Gérer les reproches et mécontentement en 6 étapes

2.4. S'inscrire dans une stratégie de fidélisation

 **Mise en pratique** : Formulation d'un plan d'action de fidélisation

 **Fiche outils** : 8 actions de fidélisation

3. PLAN D'ENTRAÎNEMENT INDIVIDUEL ET CLÔTURE DE LA SESSION

- Enrichissement de son Plan de Progrès Individuel
- Validation des apports par rapport aux attentes
- E-Quiz de validation des compétences de fin de formation
- Conclusion et clôture du stage
- Les participants restent pendant 3 mois en contact via la plateforme digitale pour continuer à échanger entre eux et avec le formateur