

GESTION DES EMOTIONS

FICHE PROGRAMME

OBJECTIFS PEDAGOGIQUE	CONTENUS
Prendre conscience des attentes de l'ensemble des acteurs de la chaîne de la relation client et de son rôle d'ambassadeur	La relation client : une véritable compétence : <ul style="list-style-type: none"> • En quoi consiste mon métier ? • Les 3D de la relation client : fonction, client, entreprise • Les conséquences d'une mauvaise relation client
Analyser les différentes situations difficiles rencontrées par les participants	Des situations difficiles ; pourquoi ? <ul style="list-style-type: none"> • Définir une situation difficile • Distinguer le besoin de la demande – la notion de cadre de référence • Identifier les demandes et besoins des demandeurs
Repérer, énumérer et comprendre nos attitudes face aux situations difficiles dans la relation client.	Se connaître pour mieux repérer et désamorcer la situation difficile <ul style="list-style-type: none"> • Identifier nos attitudes privilégiées face au conflit. • Connaître et leur impact en relation client • Identifier nos réactions face aux situations difficiles
Identifier et s'appropriier les outils permettant de désamorcer une situation difficile : les outils préventifs	Les outils préventifs : se gérer soi <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les pratiques actuelles des participants • Les attitudes à mettre en œuvre : l'assertivité • Mise en œuvre des techniques pour optimiser la relation de communication
Identifier et s'appropriier les outils permettant de traiter une situation conflictuelle : les outils curatifs	Les outils curatifs : gérer le conflit <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des pratiques actuelles des participants • La méthode des feux tricolores : accepter, relativiser, proposer • Mise en situation de gestion situation difficile
Ancrer les acquis de la formation	Décryptage de situation
Formaliser son plan de progrès	Identification des points forts et axes de progrès des participants.

**Cette formation intègre un volet comportemental car pour répondre totalement aux spécificités complexes de la relation client, il convient également de travailler sur l'attitude.*

PREREQUIS : Réaliser au quotidien des actes de relation client dans un contexte professionnel

MODALITES DE FORMATION : présentiel

LIEU : A définir

DUREE : 2 jours soit 14 heures

METHODES ET TECHNIQUES PEDAGOGIQUES :

Alternance de phase d'approche, d'apport de connaissances et d'application par un partage d'expériences entre les participants qui permet la formalisation de situations vécues. Les participants sont mobilisés à hauteur de 60% du temps passé en salle (mises en pratique...). Nos formateurs accordent une attention toute particulière à faciliter les apprentissages en sollicitant les participants, en faisant des rappels sur ce qui a été vu et en reformulant. Pour assurer la fonction de facilitation, nos formateurs n'hésitent pas à ajuster les exercices et les méthodes en fonction du profil du groupe.

OUTILS ET SUPPORTS DE LA FORMATION :

Utilisation de supports vidéo, travail en sous-groupes, exercices de mise en situation de débriefing d'appels, jeux de rôle, retours pédagogiques, retours d'expérience, mise à disposition de la ligne directe du formateur pendant 6 semaines.

TARIF : Nous consulter, à définir selon vos besoins

DELAIS D'ACCES :

Nos formations sont à destination d'entreprises au sein desquelles le commanditaire communique directement auprès des stagiaires les délais d'accès ou nous communique les adresses électroniques des stagiaires pour que nous puissions nous charger de leur transmettre cette information.

NOMBRE DE PARTICIPANTS :

Pour une meilleure qualité de travail, un groupe maximum de 8 personnes est préconisé. Ce nombre restreint permet de consacrer plus de temps à la mise en pratique et que chacun puisse s'entraîner selon ses besoins.

MODALITES ET METHODES D'EVALUATION :

De la formation :

- Une évaluation à chaud et une évaluation à froid de la formation sont réalisées par les stagiaires.
- Des points réguliers sont réalisés pendant toute la période de dispense des formations avec le commanditaire.
- A l'issue des formations un questionnaire est transmis au commanditaire pour évaluer les bénéfices produits par l'action de formation en fonction des critères initialement retenus.

Des progrès du stagiaire :

- Les méthodes pédagogiques sur-mesure sont déterminées en amont d'une immersion dans le contexte opérationnel. Cette dernière permet de les affiner au besoin et surtout de définir les critères de réussites attendus à l'issue de la formation.
- Une évaluation est réalisée en amont de la formation lors d'une immersion auprès des stagiaires. A l'issue de cette immersion les objectifs à atteindre par les stagiaires sont déterminés avec le commanditaire.
- A début de la formation, ces objectifs et les points essentiels à retenir sont clairement exposés aux stagiaires.
- Pendant la formation une grille d'évaluation individuelle est utilisée lors des mises en situations et un plan de progrès individuel est réalisé par chacun à l'issue de la formation.
- Enfin les stagiaires sont évalués via un quizz validant les points essentiels à retenir, préalablement validés par le commanditaire. Un taux de réussite supérieur à 80% constitue le seuil généralement retenu