

LES FONDAMENTAUX DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

FICHE PROGRAMME

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES	CONTENUS
Décrire les enjeux stratégiques de la gestion de la relation client	<p>Du produit au service au client :</p> <ul style="list-style-type: none"> le consommateur est aujourd'hui au centre de la stratégie de développement organisationnelle des entreprises Historique des outils de communication Définition de la relation client multicanal et du parcours client
Prendre conscience des attentes de l'ensemble des acteurs de la chaîne de la relation client et de son rôle d'ambassadeur	<p>La relation client : une véritable compétence :</p> <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
Comprendre les mécanismes de la communication et en appliquer les bonnes pratiques	<p>La relation client : savoir communiquer.</p> <ul style="list-style-type: none"> Les principes de la communication interpersonnelle Les comportements influant sur la qualité d'un échange avec un client Le langage adapté
Identifier les différentes étapes d'un entretien professionnel tout en soulignant l'intérêt de chacune de ces étapes.	<p>La structure d'un entretien</p> <ul style="list-style-type: none"> Connaître : créer un rapport de qualité dès les premières secondes Communiquer : compréhension de la demande – les techniques d'écoute active Convaincre : savoir formuler sa réponse - construire sa réponse Conclure : savoir conclure un entretien et prendre congé
Les règles spécifiques à la communication par téléphone: cas particulier de l'appel sortant	<p>Les trois temps de l'appel sortant</p> <ul style="list-style-type: none"> Préparer Prendre contact Débuter
Formaliser son plan de progrès	<p>Ancrer les acquis de cette formation en identifiant mes axes d'amélioration :</p> <ul style="list-style-type: none"> Attitudes Langage adapté Structure de l'appel Techniques : personnalisation, reformulation, écoute active

**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 :

IMATECH

SAS au capital de 500 000 Euros - RCS Nantes 353 259 922

31 route de Gachet – Le Square - 44300 NANTES - Tel. 02 51 86 62 00 formationexterne@imatechtechnologies.fr

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.

LES 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.