

OPTIMISER SA RELATION CLIENT

Présentation synthétique

Inscrire la relation client dans le long terme. Mettre en exergue sa valeur ajoutée, celle de son service et de son entreprise. Établir des relations personnalisées et renforcer la dimension «service». Gérer les situations délicates et les transformer en avantage. Maîtriser les méthodes et les process de la fidélisation client.

Durée et horaires de la formation

3 jours- 21 heures

Modalités pédagogiques : Présentiel-A distance- Mixte. Synchrone et Asynchrone
Nous contacter

Prix de la formation

Formation en intra: 2 000€ HT
Formation inter: nous consulter

Public et pré-requis

Public visé: La formation vise tous les salariés exposés à une relation client quotidienne, devant fidéliser et développer une qualité de service dans la durée
Pré-requis: Aucun

DISPOSITIFS D'ÉVALUATION PENDANT LA FORMATION

Auto-évaluation en début de formation
Définition d'un plan d'action

DISPOSITIFS D'ÉVALUATION APRÈS LA FORMATION

Deux types d'évaluation:
- Quiz avec une correction collective.
- Le stagiaire évalue, ensuite, ses compétences acquises à partir d'une grille d'évaluation. Il pourra vérifier l'atteinte des objectifs fixés.

SANCTIONS

Certification de réalisation de la formation

JEFFREY REITER



L'animateur principal, Jeffrey Reiter, connaît depuis plus de 15 ans la sous traitance pour la gestion de parc automobile pour les loueurs. Il a managé, formé et accompagné sur site plus de 150 collaborateurs à l'échelle nationale. Sa volonté: transmettre

SABRINA REITER



L'animatrice Sabrina Reiter a suivi une formation dans une école de commerce Sup de Co à Montpellier. Elle a une expérience de 8 ans dans le management, la formation et la relation clientèle.

AUDREY VOISIN



L'animatrice Audrey VOISIN, Juriste en Droit des affaires spécialisée en Santé Sécurité au Travail, Qualité et Droit de l'Environnement, a une expérience de 15 ans dans le domaine du Management et de l'organisation dont 9 dans celui de la gestion et l'animation de la formation en tant que consultante formatrice.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Objectif pédagogique global

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'optimiser sa satisfaction client en s'appuyant sur des techniques de fidélisation clients.

Objectifs pédagogiques partiels

À l'issue des modules, le stagiaire sera capable de:

- Mesurer l'importance de son rôle dans la gestion de la relation client au quotidien.
- Inscrire cette relation client dans le long terme, en tenant compte des enjeux issus des besoins et des contraintes des clients.
- Intégrer les grandes règles d'une communication réussie pour fidéliser son client et personnaliser sa relation de service.
- Savoir se concentrer sur les besoins de ses clients et établir des relations personnalisées.
- Placer le client au cœur de son activité pour renforcer la dimension «service».
- Gérer les situations délicates et les transformer en avantage.
- Maîtriser les méthodes et les process de la fidélisation client.
- Confronter ses techniques et méthodes de fidélisation à des situations commerciales conflictuelles : comment répondre aux besoins des clients en respectant les délais.
- Transformer une situation conflictuelle en action de fidélisation.

Méthodes pédagogiques

- * Méthode affirmative
- * Méthode active

Moyens pédagogiques

- * Retours des expériences professionnelles de nos formateurs
- * Supports vidéos
- * Cas pratiques
- * Les jeux de formation : jeux de rôles, mise en situation etc.

Ressources pédagogiques

- * Support pédagogique : livret de formation numérique
- * Exercices pédagogiques réalisés en cours de formation en mode participatif

Nos formateurs

Expertise dans le domaine commercial

Jour 1
9h - 12h

COMPRENDRE L'IMPORTANCE DE LA RELATION CLIENT
POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX DE LA FIDÉLISATION

Estimer la valeur du client pour l'entreprise et pour moi dans ma fonction quotidienne: auto-positionnement de l'impact de son rôle dans la relation clientèle

Inscrire la fidélisation des clients dans un projet global d'entreprise:

Identifier et optimiser les «occasions de contact» avec le client

Situer sa propre mission de service dans le processus de gestion de la relation client et comprendre l'impact de sa fonction sur la satisfaction du client et sa fidélisation.

Savoir communiquer pour faire prendre conscience à toutes les personnes de l'entreprise de leur impact dans la qualité de la relation client. Fidélisation et historique de collaboration avec le client

Validation des acquis : Identification des missions liées à la relation clientèle et auto-positionnement des rôles de progrès

Jour 1
13h - 17h

COMPRENDRE LES ATTENTES ET LES BESOINS DU CLIENT : SAVOIR LES EXPLOITER

Préambule: savoir identifier les différents acteurs chez le client; leurs rôles, leur zone et leur pouvoir d'influence, ainsi que leurs besoins pour les fidéliser.

Distinguer entre clients satisfaits et clients fidélisés : quelles sont les attentes d'un client sur le court terme et sur le moyen terme

Apprendre à interroger ses clients pour découvrir leur degré de satisfaction et de fidélité.

Savoir faire remonter les informations (points forts et points faibles) au bon interlocuteur de son entreprise pour qu'elle l'intègre dans sa fonction au quotidien.

Validation des acquis : Repérage des critères de satisfaction sur des jeux de formations filmés

NOS PLUS!

Une formation sur mesure qui prend en compte les critères de satisfaction de vos clients



Jour 2
9h - 12h

FAIRE FACE AUX SITUATIONS DÉLICATES DANS LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

Qu'est-ce qu'un conflit, apprendre à faire la différence entre un problème, une tension, une crise et un conflit.

Faut-il toujours éviter les conflits ?

Comment et pourquoi ?

Comprendre les principales causes et éléments déclencheurs des conflits

Validation des acquis : Jeux d'apprentissage

Jour 2
13h - 17h

COMPRENDRE COMMENT DÉSAMORCER UNE SITUATION DÉLICATE (SUITE)

Les 5 méthodes de gestion des conflits

L'assertivité et l'approche DESC (Décrire/ Expliquer/Solutionner/conclure)

Apprendre à valider régulièrement la satisfaction client.

Apprendre à refuser par la recherche de solution négociée.

Validation des acquis : Jeux de formation filmés

Jour 3
9h - 12h

IDENTIFIER LES BESOINS ET LES CRITÈRES DE SATISFACTION DES CLIENTS

Savoir ce qu'est un cahier des charges

Comprendre le cahier des charges

Validation des acquis : Identification des critères de satisfaction liés au métier

METTRE EN PLACE UN SYSTÈME DE GESTION ET D'EXPLOITATION DE L'ACTIVITÉ

Savoir s'approprier les outils existants mis en place dans le cadre des cahiers des charges

Comprendre les données d'informations y afférentes

Validation des acquis : Cas pratique et mises en situation sur des applications dédiées

Jour 3
13h - 17h

SAVOIR GÉRER SES PRIORITÉS ET SON TEMPS COMME RÉPONSE À LA SATISFACTION CLIENT

Une vidéo: «domptez votre temps»

Mettre le temps au service de ses clients

Définir ses objectifs et identifier sa marge de manoeuvre pour gérer son temps selon ses priorités personnelles et professionnelles

Clarifier les priorités de sa mission, en intégrant les attentes de ses partenaires professionnels et ses valeurs personnelles

Identifier ses activités à haute valeur ajoutée

Passer du temps subi au temps choisi: distinguer urgence et importance, et bâtir sa matrice des priorités.

Validation des acquis / Produire un livrable dans un temps limité en contexte de sollicitations.

