

**OBJECTIF :**

- Comprendre les enjeux de la relation client et la notion de « rôle dans la relation client » en dehors de l'expertise métier
- Identifier les actions quotidiennes faisant sentir au client qu'il est « prise en charge » et s'entraîner pour développer la dimension relationnelle indispensable
- S'entraîner à communiquer efficacement, à anticiper et à déjouer les « malentendus » courants par mail, téléphone et en face à face
- Consolider le climat de confiance avec les clients dans les situations « ordinaires » pour favoriser la fidélisation du client
- Faire face à l'insatisfaction du client, à un mécontentement et le gérer grâce à des techniques adaptées permettant de maintenir le lien de confiance

**PUBLIC VISÉ :**

Responsables, chefs d'équipes, chiffreurs, chargés d'affaires...

**PRÉ REQUIS :**

Aucun

**DURÉE, DATES, LIEU, HORAIRES :**

14 heures, sur 2 jours

En entreprise ou dans notre centre de formation

Horaires et dates : cf. convention ou offre de formation

**MODALITÉ D'ORGANISATION :**

Formation en groupe jusqu'à 10 personnes

Connexion internet obligatoire - En présentiel

**MOYENS TECHNIQUES ET PEDAGOGIQUES :**

- 1 salle de formation équipée d'ordinateurs ou de tablettes connectées à internet
- Support de cours, livret stagiaire
- Formateur spécialisé
- Apports théoriques sous formes d'exposés, illustrations, photos, cas pratiques

**TARIF :**

3 400,00€ HT - Groupe de 10 personnes

Personne en situation d'handicap :

Contactez Fégelé Formations 06.16.01.33.27

Etablissement accessible aux personnes handicapées

**PROGRAMME**

- Les fondamentaux de la relation client
  - Les 4 dimensions du besoin client
  - Les attentes des clients vis-à-vis de leurs fournisseurs
  - Le passage du produit au service complet
  - La fonction, le rôle, la dimension relationnelle et « commerciale » qui me reviennent
  - Le rôle de partenaire du client
- La communication dans un esprit de qualité de service
  - Agir avec les clients
  - Naissances des malentendus, quiproquos, conflits
  - Les outils
  - L'entretien avec un client mécontent - maintenir la relation et gérer l'insatisfaction
  - La méthode DESC lorsque le conflit est ouvert

**Moyens pédagogiques**

- Apport des intervenants
- Interactions par le biais de cas pratiques et de mise en situation

**Objectifs applicables**

- Créer un environnement de travail favorable au travail de chacun et à la performance globale des équipes
- Développer la culture de l'écoute et du feed back
- Désamorcer les blocages ou problèmes relationnels individuels ou collectifs

**METHODES PEDAGOGIQUES :**

Tour de table de positionnement préalable afin de permettre au formateur de vérifier l'adéquation du parcours de chaque stagiaire et d'adapter son déroulé pédagogique.

Le formateur suit un plan précis pour aborder progressivement tous les points du programme.

Partie théorique : Alternance d'apport théorique par le formateur à l'aide d'un exposé par vidéoprojecteur et d'exercices en groupe, d'échanges d'expériences, de démonstration et d'explications sur paperboard.

**SUIVI - ÉVALUATIONS :**

Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.

L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.

Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant