

2 ou 3 jours



Fidéliser par la gestion de la relation client au quotidien

Contenu synthétique (2 jours)

1. La relation client est l'affaire de tous dans l'organisation :

La fidélisation ne se décrète pas ... elle est le résultat d'une somme de facteurs qui la favorisent.

- Les 4 dimensions du besoin client.
- Les attentes des clients vis-à-vis de leurs prestataires de services.
- Le marché – l'évolution des offres – la concurrence – les différenciateurs.
- Mon rôle, ma fonction, la dimension relationnelle qui me revient (le moi – la fonction – le rôle).
- Le processus qualité appliqué à la gestion de la relation client.

Cas pratiques :

- Exercice sur les attentes.
- Auto-évaluation / axes de progrès individuel.

2. La communication quotidienne vis-à-vis des clients internes et externes :

La communication est liée au contexte ; bien analyser le contexte permet d'éviter 80% des dérives. Pour communiquer : observer - analyser la situation – agir à l'aide des moyens adaptés.

- Naissances des malentendus, quiproquos, conflits :
 - Les inférences, l'imprécision, la généralisation/la distorsion/la sélection.
- Les outils :
 - Le cadre de référence : entrer dans le monde de l'interlocuteur.
 - La boucle de la communication – le feed-back.
 - La différence entre les faits – les opinions – les sentiments.
 - Les mots de la précision.
 - La reformulation – les questions – l'écoute active.
 - Les outils miroirs.

Mises en situations :

Exercice d'écoute active débriefé de façon approfondie grâce à une grille d'observation spécifique qui permettra à chacun de réaliser la force d'une bonne écoute et les conséquences d'une écoute moyenne, voire mauvaise.

- Le choix des canaux de communication dans la gestion des situations pour préserver la relation client :
 - Observer : Quel est l'état de la situation et quel est l'état de la relation ?
 - Analyser : Que veut-on obtenir ? Le choix des canaux de communication dans les occasions de contact avec le client : la matrice d'analyse de la situation selon le type de situation et de relation.
 - Agir avec ses clients internes : le reporting interne et l'escalade hiérarchique, les occasions de contact avec le client, les situations nécessitant en général l'intervention des hiérarchiques, voire de la Direction.
 - Agir avec ses clients externes : la structure du message, le langage positif, l'impact des messages négatifs, les attitudes à éviter, les attentes des clients en gestion de la relation client, l'assertivité.

Applications pratiques :

Exercices pratiques : mécontentement, retard, nouvelle demande, orientation ; Débriefing collectif ; Démonstration : les attitudes de « Porter ».

Publics concernés

- Tout salarié en relation avec la clientèle, les chargés d'études, les consultants,...
- Toute personne nouvellement concernée par la qualité de service dans les relations avec la clientèle.
- Toute personne qui souhaite améliorer ou actualiser sa pratique de la relation client.

Objectifs

- Faire prendre conscience au collaborateur des enjeux de la relation client pour l'entreprise et pour lui-même ;
- Faire comprendre la notion de « rôle dans la relation client » en dehors de l'expertise métier ;
- Comprendre le concept de « prise en charge du client » dans sa dimension relationnelle ;
- Mesurer l'importance du rôle du collaborateur dans une démarche de fidélisation ;
- Acquérir les savoir-faire et savoir-être nécessaires à une relation de qualité ;
- Communiquer efficacement pour établir un climat de confiance avec les clients dans les situations quotidiennes de communication ;
- Faire face à l'insatisfaction du client, à un mécontentement et le gérer ;
- Anticiper et gérer les situations délicates à conflictuelles ;
- Représenter son entreprise dans toutes les situations quotidiennes.

Formation en



ou



EVOLU *team*

Accompagnement & Formation

Evolu'team • tél. 01 47 39 02 02 • 9 rue Castérès 92110 Clichy • www.evoluteam.fr

Fidéliser par la gestion de la relation client au quotidien (suite)

Méthodes pédagogiques

- Une alternance d'apports théoriques et de séquences jouées et débriefées. Des exercices individuels et collectifs sur les concepts théoriques.
- Un support pédagogique complet ainsi que cinq fiches synthétiques imprimées (format carte postale) sur les points clés sont remis aux participants.

Moyens

- Une salle de grand groupe.
- Un vidéo projecteur ou écran plat relié à un PC avec paper-board.
- Un espace détente + Wi-Fi.
- Pause café





Modalités

- INTER ou INTRA entreprise(s) à partir de 4 participants
- Les adhérents du Fafiec peuvent bénéficier d'une **possibilité de financement à 100% dans le cadre des « actions collectives de branche »** dans la limite des fonds mutualisés disponibles et après étude de la demande par les conseillers Fafiec.
- Les critères de prise en charge sont sur le site www.fafiec.fr
- **Autre financement : nous consulter.**
- Pour toute demande de formation intra ; **nous réalisons une prise de brief en amont** afin d'adapter le message à votre contexte spécifique.

Nos salles en Ile de France

- 9, rue Castérès 92 110 Clichy
- Métro ligne 13 Mairie de Clichy ou station de train Clichy Levallois.
- 43 rue du Caire 75 002 Paris
- Métro lignes 3/4/8/9. Sentier, Réaumur Sébastopol, Bonne nouvelle.

Références DPEC Fafiec

- sur 2 jours: TR0574EVO001 
TR0574EVO003 
- sur 3 jours: TR0574EVO002 
TR0574EVO004 

3. L'argumentation et le traitement des objections :

Savoir argumenter et traiter des objections sont des techniques indispensables dans la gestion de la relation client.

- La méthode APARA pour traiter des objections.
- La méthode BAC / CAB pour argumenter efficacement dans la réalité du client et pas seulement en lien avec les caractéristiques techniques ou contractuelles.

Cas pratiques :

Exercices pratiques contextualisés / corrigés.

4. Personnaliser la relation client avec le client, les actions possibles :

- La relation professionnelle : une occasion de créer du lien avec des personnes qui représentent les clients : le principe des relations formelles et informelles.
 - Le cadre et les limites.
 - Les attentions touchantes – le renforcement de la relation.
 - Les 10 règles du réseau durable.
 - Tableau de bord de fidélisation de mes interlocuteurs : les actions possibles dès le retour de formation.
 - Mes bénéfiques personnels – mes bénéfiques professionnels.
- Fidéliser par la gestion de la relation client au quotidien – synthèse globale : retour sur l'ensemble des thèmes qui concourent à faciliter la fidélisation des clients avec les attentes des participants et les objectifs de la formation.

Enrichissement du PPI (Plan de progrès Individuel)

Contenu synthétique (3ème jour optionnel)

Un client mécontent, véritablement pris en charge, et pour lequel on trouve des solutions / compensations restera plus facilement client et peut même devenir votre meilleur ambassadeur.

5. La communication dans les situations délicates à conflictuelles

- Comment naissent les conflits ? Quels signaux pour les anticiper ?
 - Les causes des conflits et les signaux à observer pour bien anticiper et prendre à temps des décisions d'action.
- Quels jeux humains doivent être vus et compris pour gérer les situations de crise ?
 - Le triangle infernal Karpman : persécuteur, victime, sauveur.
 - Les positions de vie : ++/--/+/-/--.
 - Les conflits intérieurs : évitement, fuite, agressivité.
 - Les réactions verbales à chaud / à froid.
- Quelle posture pour calmer le jeu ? L'assertivité.
- Quelle démarche pour gérer la situation de crise ?
 - La démarche de résolution de problèmes / conflits.
 - Le DESC.
 - Savoir dire non sans ajouter de tension si nécessaire.
 - Gestion serrée et contact régulier.
 - Communication interne auprès de chaque personne impactée.
 - Contrôle de satisfaction à chaque jalon / étape du projet.
- Comment prévenir les situations de crise ?
 - S'accorder sur les règles du jeu / de fonctionnement.
 - Planifier des réunions régulières.
 - Encourager l'expression des désaccords et des non-dits.
 - Définir en amont les modalités de gestion des situations de crise et de conflits.