

FIDELISATION CLIENT

Audience : Equipe d'encadrement et de direction, collaborateurs en charge de programmes clients ou de Satisfaction client

Objectifs : Comprendre les tenants et les aboutissants de la Satisfaction et de la Fidélité Client : identifier comment placer ses clients au cœur de sa stratégie, être à l'écoute de ses clients, améliorer les interactions et faciliter les Parcours Clients.

Pédagogie : formation personnalisée, pratique et dynamique incluant des cas concrets et de nombreuses interactions avec les stagiaires.

Durée : 1 jour, soit 7 heures

Prix : nous consulter, contact@stratsat.fr

1^{ère} ½ journée

Introduction

- Satisfaction et fidélité
- Définitions : relation, parcours, expérience, effort, écoute ...
- La fidélité, facteur de croissance de l'entreprise

Module 1 : la Culture Client

- C'est qui le patron ?
- Quelle place pour vos clients ?
- Le rôle primordial des collaborateurs : la symétrie des attentions

Module 2 : l'Ecoute Client

- Comment mesurer la Satisfaction ?
- Enquêtes à froid, enquêtes à chaud
- Les différentes métriques : CSAT, NPS, CES
- La gestion des verbatims
- Gestion des insatisfactions : valeur et bénéfice, procédures, outils

2^{ème} ½ journée

Module 3 : L'Expérience Client

- La complexité des Parcours Clients : canaux de communication ; nombre d'interlocuteurs ; de l'avant-vente à l'après-vente ; multiplication des outils
- Vis ma vie de client : les personas
- Moments clés : enchantement et stress
- Simplification des Parcours

Module 4 : Environnement qualité

- L'amélioration continue : kaizen, Deming
- Le Management de la Qualité – ISO9000
- Principes clés de l'ISO9000

Atelier

- Analyse de Parcours Client
- Identification des moments de stress et d'enchantement
- Plan d'actions !

SATISFACTION CLIENT - Collaborateurs

Audience : l'intégralité des collaborateurs de l'entreprise, en priorité ceux –nombreux- qui sont les acteurs de la Satisfaction des Client de par leurs contacts avec eux.

Objectifs : Sensibiliser ses collaborateurs à la Satisfaction de leurs clients, en faire des acteurs actifs et moteurs de la Relation client

Pédagogie : formation personnalisée, pratique et dynamique incluant des cas concrets et de nombreuses interactions avec les stagiaires.

Durée : 1 journée, soit 7 heures

Prix : nous consulter, contact@stratsat.fr

Module 1 : la Satisfaction Client

- Pourquoi satisfaire ses clients ?
- L'affaire de tous les collaborateurs
- La notion clé d'Effort Client

Module 2 : la Relation Client

- Ecoute active et empathie
- Les spécificités de la relation par email
- Les spécificités de la relation par téléphone
- Les spécificités de la relation en face-à-face
- Gérer les clients difficiles
- Savoir dire 'non' ... sans le dire
- Conclusion : ce qu'il faut faire ET ce qu'il ne faut pas faire

Module 3 : Les clés d'une relation de confiance

- Obtenir de la crédibilité aux yeux du client
- Respecter le client pour être soi-même respecté
- Etre fiable et tenir ses engagements
- Jouer la transparence

RELATION CLIENT

Audience : les acteurs de la Relation Client dont le métier est d'interagir quotidiennement avec vos clients : service après-vente (SAV), support technique, hotline. Disponible également pour les services internes (type hotline informatique).

Objectifs : Sensibiliser ses collaborateurs aux clés d'une communication réussie, que ce soit au téléphone, par email ou en face-à-face. Développer leur capacité à créer une relation de confiance avec leurs contacts.

Pédagogie : formation personnalisée, pratique et dynamique incluant des cas concrets et de nombreuses interactions avec les stagiaires.

Durée : 2 jours, soit 14 heures

Prix : nous consulter, contact@stratsat.fr

PREMIERE JOURNEE

Matin

Module 1 : la Satisfaction Client

- Pourquoi satisfaire ses clients ?
- L'expérience client
- La notion clé d'Effort Client
- La Fidélité, la loyauté
- Le parcours client

Module 2 : les clés de la Relation Client

- L'écoute active
- L'empathie
- Savoir dire 'non'

Après-midi

Module 3 : Communication au téléphone

- Accueillir les (émotions des) clients
- Techniques de questionnement et de compréhension
- Prendre congé
- Bonnes et mauvaises pratiques

DEUXIEME JOURNEE

Matin

Module 4 : Communication par email

- Pratique ... mais dangereux
- Le formalisme de la communication par écrit
- Bonnes et mauvaises pratiques

Module 5 : Communication en face-à-face

- L'être et le paraître
- La première impression
- Bonnes et mauvaises pratiques

Après-midi

Module 6 : Gérer les clients difficiles

- Risques et opportunités
- Ecouter, écouter, écouter
- Le rôle de médiateur en interne

Module 7 : Une relation de confiance

- Les 6 facteurs de confiance
- Obtenir de la crédibilité
- Respecter le client pour être respecté
- Être fiable et tenir ses engagements
- Jouer la transparence