

Public : Toute personne en contact avec les clients de l'entreprise

Prérequis : aucun réellement, sinon d'avoir un contact -même ponctuel- avec les clients

Modalités pédagogiques : formation personnalisée et dynamique incluant cas concrets, mises en situation, jeux de rôles, et exercices ludiques favorisant l'apprentissage.

Modalités d'évaluation : test d'évaluation final

Durée : 2 jours, 14 heures

Prix : 1300 € HT / 1560 € TTC, éligible à la prise en charge par les Opérateurs de Compétences (OPCO)

Information et réservation : olivier@stratsat.fr

Objectifs pédagogiques – Pourquoi cette formation ?

Le Client est le capital #1 de l'entreprise. Qu'il soit nouveau, récemment acquis, ou fidèle depuis de nombreuses années, il est le garant du développement de l'entreprise. Tout au long du parcours client, de l'accueil physique au site internet, en passant par les échanges avant-vente, commerciaux et après-vente, la Relation Client est la pierre angulaire de votre Culture Client.

A travers cette formation, vous apprendrez comment les notions de satisfaction, de fidélisation, d'expérience, s'imbriquent et se complètent. En s'appuyant sur de nombreux exemples de la vie courante (en B2B comme en B2C), ainsi que sur des cas concrets que vous apporterez, vous identifierez les nombreux leviers à votre disposition pour booster cette Relation et la faire fructifier.

Syllabus – Programme de la formation

Jour 1 – matin

Présentations, introduction, règles du jeu, objectifs communs

La Relation Client

- ✓ Ecoute active, empathie, implication
- ✓ Les canaux de communication : téléphone, mail, face-à-face, ...
- ✓ Construire une relation de confiance

Jour 1 – après-midi

La Satisfaction Client

- ✓ Satisfaction vs. importance
- ✓ La symétrie des attentions
- ✓ Gestion de l'insatisfaction

L'Expérience Client

- ✓ Définition, de 1980 à aujourd'hui
- ✓ Les 6 leviers de l'expérience client

Jour 2 - matin

L'Ecoute Client

- ✓ Enquêtes, sondages, avis, ★, ...
- ✓ Quoi mesurer ? quand ? comment ?
- ✓ Les métriques incontournables : CSAT, NPS, CES
- ✓ Plan d'actions, préventives et correctives

Jour 2 – après-midi

La Fidélité Client

- ✓ Intérêt financier (€)
- ✓ Les 3 bénéfices de la fidélité
- ✓ Les cartes et programmes de fidélité
- ✓ Les ambassadeurs

Conclusions, engagements, mises en action