



## easy centre de formation

sarl Lamed services - 10, rue Pergolèse 75016 PARIS  
tél. : 01 55 73 10 21 - easycentredeformation@gmail.com

-Siret 534 042 882 00017 -

N° de décl. d'activité auprès du Préfet de la région IDF : 11 75 475 07 75

# GERER LA RELATION CLIENT

## PUBLIC

Toute personne en relation avec le client.

## PRE-REQUIS

Avoir des notions commerciales.

## OBJECTIF

*A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :*

Acquérir des méthodes et des outils pour développer la relation de l'entreprise avec ses clients :

écoute client

traitement des réclamations

expérience client et qualité de service

bonnes pratiques internes

## DUREE

70 heures, 10 jours.

## LIEU DE FORMATION

Voir convention.

## DATE

Voir convention.

## NOMBRE MINIMUM ET MAXIMUM DE STAGAIRES PAR SESSION

Minimum : 1 - Maximum : 12

## FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

## SUIVI DE LA FORMATION

Feuille de présence.

## METHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Formation dispensée par un formateur professionnel et plusieurs années d'expérience dans la formation  
Supports et Méthodes pédagogiques : tableau mural

## **DESCRIPTION**

### Jour 1

- Définir le cadre de responsabilité du Responsable Relation Client

Définir son périmètre d'action.

Transversalité de la mission.

- Comprendre les comportements actuels des clients

Les attentes du client

Connaître sa cible .

### Jour 2

- Cerner les enjeux de la relation client pour l'entreprise

Différencier transaction commerciale et relation client.

Distinguer satisfaction et fidélisation.

L'enjeu économique de la préférence client.

Le contexte de la transformation numérique.

### Jour 3

- Maîtriser les bases du marketing relationnel

Mesurer le capital client : valeur actuelle, potentielle et dans la durée.

Segmenter : les clients à valeur.

Cycle de vie du client, parcours client et expérience client : trois notions à distinguer.

S'orienter "valeur pour le client".

- Positionner le "projet relation client "de son entreprise

Définir ses objectifs Relation Client en lien avec la stratégie client de l'entreprise.

Choisir les domaines où progresser.

Concevoir un plan d'actions.

Identifier les étapes visibles du projet.

## Jour 4

### - Optimiser et coordonner les canaux de communication avec le client

Les différentes stratégies.

Faciliter et enrichir l'expérience du client.

### - Dialoguer avec ses clients : les nouveaux outils

La relation client digitale : web, mobile, médias sociaux, objets connectés.

L'apport des media sociaux : usages, atouts et limites.

### - Organiser l'écoute de la Voix du Client

Définir sa stratégie d'écoute client.

Connaître les différents dispositifs d'écoute client.

### - Du recueil de la Voix du Client à l'identification des attentes

Distinguer les typologies d'attentes.

Hiérarchiser les attentes des clients.

Établir le diagramme des attentes sur le parcours client.

### - Capitaliser l'information client

Fonctions de la BDD clients.

Tracer les informations clients.

## Jour 5

### - Comprendre les spécificités des activités de service

Ce qui fait la spécificité des activités de service.

L'offre de services au client.

### - Formuler une promesse de service attractive

Fonder la promesse sur les attentes du client.

Rédiger ses engagements de service.

### - Tenir sa promesse de service : la maîtrise des processus

Identifier les paramètres de l'expérience client.

Comment garantir la satisfaction " du premier coup".

## Jour 6

### - Faire du traitement des réclamations un levier de satisfaction client

Relayer la Voix du Client vers le top management.

Manager la satisfaction client : la réclamation, un outil transversal.

Démarche et outils du management des réclamations.

## Jour 7

### - Piloter le progrès continu de la qualité de service

Vérifier l'application des standards de service : clients mystères, audits internes...

Monter un plan d'action de progrès

Indicateurs, objectifs de progrès, plan d'actions, suivi.

## Jour 8

### - Manager un centre de relation client

Concilier productivité, performance et relation client : choisir les indicateurs.

Manager le capital humain : recrutement, intégration, parcours professionnel, formation, mobilité.

Mobiliser les plateaux et maintenir la qualité du climat social.

## Jour 9

### - Développer les compétences des superviseurs et soutiens métier

Développer l'exemplarité managériale dans la relation client.

Coacher ses managers de terrain et développer l'esprit d'équipe.

## Jour 10

### - Dialoguer avec les autres directions de l'entreprise

Communiquer pour porter l'image de la relation client en interne.

Influencer sans autorité statutaire.

Porter le projet Relation Client.

Gérer les résistances des acteurs.