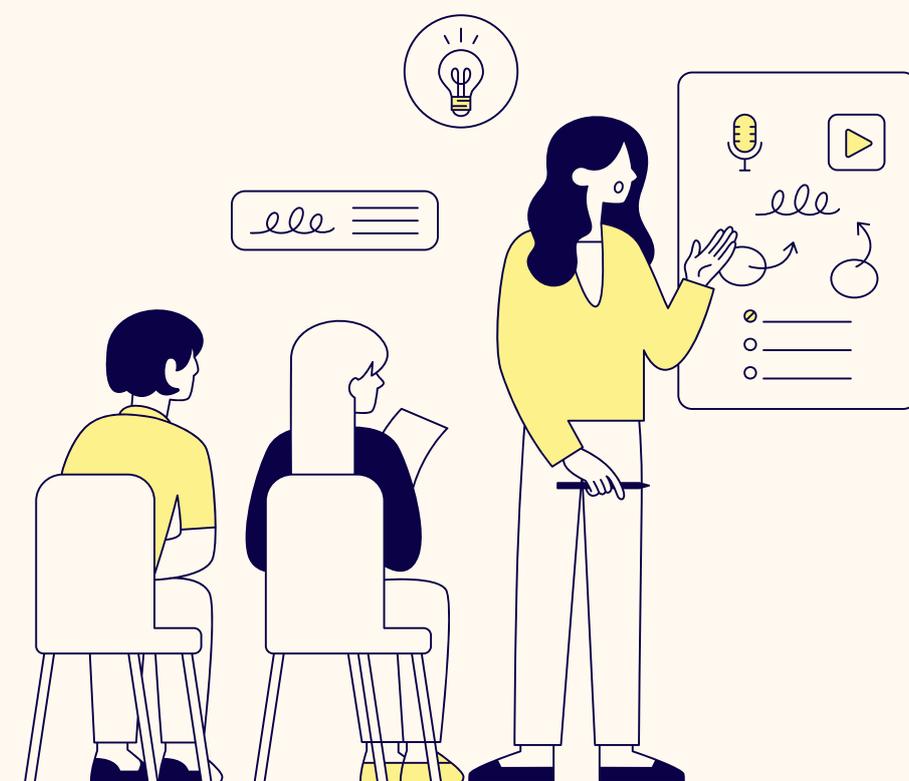


# Module 4

---

## Gérer la relation client avec efficacité



## Module 4



### Publics :

Tout salarié de la branche exposé à une relation client quotidienne, devant fidéliser et développer une qualité de service dans la durée

### Prérequis :

Aucun pré-requis

### Durée :

2 Jours

### Objectifs de formation :

Cette formation permettra aux participants de :

- Comprendre les enjeux de la fidélisation client et son rôle dans le processus de gestion de la relation client
- Définir sa stratégie de fidélisation
- Mettre en place une relation client de qualité, fondée sur la confiance
- Comprendre les besoins rationnels et émotionnels de ses clients, y répondre et les anticiper
- Prévenir les difficultés relationnelles avec le client
- Savoir gérer les situations difficiles

# Méthodes pédagogiques

Les méthodes seront essentiellement actives : études de cas, exercices de découverte, vidéos, mises en situations contextualisées, partages de pratiques et d'expérience.

Les apports théoriques et méthodologiques viendront éclairer les expériences.

Nous proposerons aux participants une **grille d'écoute et de fidélisation client** leur permettant de **construire leur stratégie de fidélisation**.

Les participants réaliseront et repartiront avec leur plan d'action individuel (PAI)

## Modalités d'évaluation

- Mises en situation, entraînements ou exercices donnant lieu à un feedback du formateur
- Autodiagnostic
- Autoévaluation par le participant

## Participants en situation de handicap

Nous invitons les participants en situation de handicap à contacter notre référent handicap afin que nous envisagions ensemble les meilleures solutions pour adapter notre formation à leurs besoins.

# Programme

## CONTENU DÉTAILLÉ DU MODULE

### Fidéliser, pourquoi ?

- Les enjeux de la fidélisation pour les métiers de prestation de service
- Le lien entre qualité de la relation au quotidien et fidélisation
- Les caractéristiques d'une relation client de qualité : la notion de réponse aux besoins, rationnels et émotionnels

### Créer les conditions d'une relation client sereine et professionnelle

Créer la confiance : la communication non-verbale

Se mettre sur la même « longueur d'ondes » que son client

- Comprendre les différences de cadres de référence et les respecter
- Différencier faits et opinions
- Utiliser le registre de vocabulaire du client

Comprendre les besoins du client pour y répondre et les anticiper

- Exploiter la grille des besoins client : le S O N C A S
- Connaître les différents types de questions, leurs effets et leurs limites
- Reformuler pour valider la compréhension

# Programme

## Faire face aux situations délicates pour prévenir les difficultés relationnelles

- Adopter la posture propice à un échange constructif : les positions de vie
- Savoir « dire les choses » sans nuire à la relation (annoncer un retard, dire non, ...)
- Proposer des solutions innovantes et satisfaisantes pour lever les situations de blocage
- Préparer l'échange pour être plus attentif à la qualité de la relation

## Gérer les difficultés relationnelles et les conflits

Prendre en compte la dimension émotionnelle dans la relation

- Le lien entre pensées, émotions et comportements

Traiter les objections (clients inquiets), le mécontentement et les réclamations

- Les différentes manières de recevoir un message
- La reformulation et le recadrage

Gérer les conflits et faire face à la colère :

- La dynamique du conflit et ses étapes
- Escalade et tactiques de désescalade : La «colline de la colère»

Faire face à la mauvaise foi et à la manipulation

# Programme

## Bâtir une stratégie de fidélisation

- La clarification du rôle de chacun et de son importance dans le processus de gestion de la relation clients
- La stratégie de l'hyper satisfaction : créer de la valeur / utiliser son réseau
- Faire des réclamations clients un outil de fidélisation
- Mettre en place un système de veille et d'écoute du client : les différentes sources
- Détecter les signaux d'alarme
- Mettre en place un processus d'alerte pour transmettre les informations aux acteurs clés
- Intégrer les principes du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) en matière de collecte et de traitement des données