

Formation Maintenir la qualité dans la relation clients

Durée :	2.0 jour(s)
Objectifs :	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les clefs de la satisfaction client. • S'adapter aux différents profils de clients. • Renforcer sa force de conviction. • Savoir générer la satisfaction client.
Public :	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborateurs en interaction avec les clients.
Prérequis :	<ul style="list-style-type: none"> • Aucun
Modalités et moyens pédagogiques	<p>Apports théoriques alternés par des exercices pratiques et/ou des mises en situation Échanges entre stagiaires venant enrichir le déroulé de la session</p> <p>Salle de formation équipée de dispositif vidéo Grand Ecran</p> <p>Portail web: maformation.vaelia.fr</p>
Modalités d'évaluation	Auto évaluation des acquis, exercices pratiques et/ou échanges avec le formateur.
Moyens d'encadrement	Un formateur expert spécialisé en Ressources Humaines dont les compétences ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou Vaelia.
Satisfaction globale :	<p>4.72/5</p> <p><i>Calculée à partir des évaluations stagiaires sur les 12 derniers mois.</i></p>

Jour 1

Relation clients

- Comprendre les enjeux d'une relation client réussie
- Identifier les moments clés de la relation client.
- Comprendre les enjeux de la qualité de service et de la satisfaction client.
- Mesurer l'intérêt d'une relation de confiance avec le client.
- Identifier comment fidéliser le client.

Identifier les attentes des clients

- Segmentation client : qui sont-ils et quelles attentes ont-ils vis-à-vis de la marque ?
- Les nouvelles exigences des clients/consommateurs.
- Focus sur les nouveaux modes d'interaction clients (réseaux sociaux, relation client digitale).

Les bonnes attitudes en relation client

- Développer son sens de l'écoute, de l'empathie, de la reformulation.
- Valoriser le client par le questionnement.
- Véhiculer une image professionnelle et positive de l'entreprise.
- Connaître les principes de la communication verbale, para verbale et non verbale.
- Personnaliser la relation avec le client et mettre en valeur les solutions proposées.

Jour 2

Mettre en place sa stratégie de fidélisation

- Connaître son offre et celle de ses principaux concurrents.
- Se fixer des objectifs adaptés à chaque type de clients.
- Valoriser ses atouts concurrentiels.
- Préparer les objections courantes pour faire face à tous les profils clients.
- Identifier les attitudes et motifs d'insatisfaction.

Utiliser les outils CRM pour optimiser la relation client

- Identifier le CVM (Customer Value Management), cycle de vie du client.
- Concevoir et développer sa base de données en BtoB et en CtoC.
- Identifier, collecter, traiter les données des points de contact avec le client.
- Développer et partager la connaissance clients
- La segmentation, les usages, les variables comportementales (Le Big Data, l'analyse prédictive, le scoring)
- Mettre en place des actions opérationnelles de gestion de la relation client
- Les budgets, délais, retour sur investissement (ROI).