

Formation Gestion de la Relation client à distance

● A qui s'adresse cette formation :

Cette formation s'adresse à toute personne en contact à distance (téléphone, mail, chat, réseaux sociaux, forums...) avec la clientèle des particuliers ou des professionnels (BtoC, BtoB)

Elle propose des méthodes, des techniques et des mises en pratique permettant d'appréhender et répondre aux attentes des clients sur des marchés en perpétuelle évolution.

En veillant à consolider et professionnaliser les techniques de communication orales et écrites, les entreprises améliorent leur image de marque.

En se distinguant par un service personnalisé et de qualité, elles favorisent leur réussite par la fidélisation et la recommandation de leurs clients.

● Objectif :

La formation permet de positionner le client au centre des préoccupations de l'entreprise, en considérant une prospection de qualité, un suivi personnalisé, une gestion des réseaux sociaux (community management) mais également la gestion de l'insatisfaction client et des situations difficiles.

La bonne gestion de la relation client à distance permet d'adapter son attitude à la personnalité de son interlocuteur pour aboutir à une communication positive et transformer des situations difficiles en opportunités durables pour l'organisation.

Elle participe d'une part, à accentuer la personnalisation et l'individualisation de la relation client à partir d'une parfaite connaissance de ceux-ci et d'autre part, à structurer et planifier ses actions. Il s'agit d'apporter les clés et outils permettant de développer l'excellence dans la relation commerciale à distance, à l'oral comme à l'écrit.

Cette certification délivre les clés pour assurer la gestion de la relation client à distance dans le but de maximiser la satisfaction de chacun.

● Compétences visées :

La mise en œuvre des conditions d'une relation d'excellence avec le client.

- ✓ Appréhender la stratégie de la relation client de l'entreprise en tenant compte de son contexte, de sa culture client, de son évolution et de ses spécificités pour déterminer et s'approprier les objectifs à atteindre.
- ✓ Analyser les pratiques en matière de relation client pour identifier celles pouvant servir de référence.
- ✓ Identifier les caractéristiques et profil de la clientèle, en appréhendant ses attentes exprimées ou non pour correspondre à son échelle d'exigence de qualité.
- ✓ Analyser les indicateurs de performance du service client pour mesurer et établir un suivi de la satisfaction client permettant d'apporter des ajustements si nécessaire.
- ✓ Développer et proposer des solutions concrètes, personnalisées et créatives pour améliorer de façon continue l'expérience client.
- ✓ Etablir une relation personnalisée et individualisée avec le client pour créer une proximité et développer un lien de confiance.

La relation client au téléphone.

- La prospection et l'action de vente.
 - ✓ Utiliser les techniques permettant de dépasser les barrages téléphoniques pour obtenir le contact avec la personne cible.
 - ✓ Réaliser une présentation de son offre en utilisant une communication charismatique et positive pour que celle-ci puisse être à fort impact et susciter l'envie auprès du prospect de poursuivre l'entretien.
 - ✓ Utiliser les techniques de questionnement et de reformulation, en se basant sur les motifs d'adhésion et les freins, pour mieux identifier les besoins réels du prospect.
 - ✓ Mener l'entretien de prospection en traitant les objections avec une écoute active, tout en adaptant son discours et son attitude pour s'orienter vers une phase de résolution.
 - ✓ Utiliser les techniques d'argumentation pour conforter le prospect dans l'adéquation offre/besoin.
 - ✓ Structurer sa proposition commerciale en tenant compte des besoins réels du prospect et de la valeur-ajoutée donnée par celui-ci pour correspondre à ses attentes et obtenir une conclusion bâtie sur le principe du Gagnant/Gagnant.
 - ✓ Finaliser le process de vente en utilisant les techniques spécifiques pour sceller l'accord de vente.
 - ✓ Créer les conditions favorables dans la relation avec le client pour poser les fondements d'un suivi de qualité à proposer au client, en projetant une image de compétence et de professionnalisme, pour développer une relation privilégiée avec celui-ci.
 - ✓ Utiliser les techniques de vente additionnelle, en reprenant les étapes clés de la vente réussie pour augmenter le chiffre d'affaires en maintenant la satisfaction client.
- Le suivi après-vente au téléphone
 - ✓ Utiliser l'écoute active pour prendre en compte les premières informations données par l'autre partie et ainsi saisir ses intérêts principaux.
 - ✓ Identifier les clés de compréhension comportementale pour s'adapter à l'autre, malgré les différences, et faciliter une communication coopérative.
 - Conduire une négociation en mode gagnant-gagnant.
 - ✓ Assurer la relation client en tenant compte des techniques de compréhension comportementale et en adoptant la communication adaptée à un échange positif et constructif.
 - ✓ Elaborer des propositions de résolutions permettant de s'inscrire dans une solution durable pour retrouver une relation de qualité avec le client.
 - ✓ Utiliser des techniques d'affirmation de soi, en tenant compte des retours de son interlocuteur, pour expliquer des refus de manière positive.
 - ✓ Identifier les impacts d'une réclamation, en comprenant les raisons de celle-ci, pour la traiter efficacement et durablement.

La relation client par les canaux digitaux.

- ✓ Utiliser la communication digitale (Tchat, forums, mails, réseaux sociaux), en véhiculant une image de marque de l'entreprise et en faisant preuve de proactivité pour assurer une relation de qualité avec le client.
- ✓ Tenir compte et intégrer le parcours client multicanal pour améliorer l'expérience client.
- ✓ Utiliser le site internet en tant qu'outil d'aide à la réponse client.
- ✓ Gérer les risques d'effet « Bad Buzz », en identifiant les obligations et contraintes des canaux digitaux dans la relation client pour maintenir une image positive de l'entreprise.
- ✓ Adapter son style, son discours et sa communication écrite pour correspondre à chaque canal et répondre le plus efficacement possible selon le profil et la demande du client.

La gestion des insatisfactions clients et situations difficiles.

- ✓ Identifier la problématique et le degré d'insatisfaction du client pour proposer rapidement une solution appropriée.
- ✓ Adapter son attitude et son discours, en maîtrisant ses émotions, celles du client et en utilisant les techniques spécifiques, pour maintenir la qualité dans la relation client.
- ✓ Utiliser les techniques de gestion du stress pour gérer les situations difficiles.
- ✓ Traiter l'insatisfaction non exprimée en utilisant des outils permettant de déceler les points de différents présents sur le parcours client pour s'assurer d'une résolution complète.
- ✓ Développer des solutions efficaces et personnalisées de traitement des situations difficiles et insatisfactions pour regagner la confiance et maintenir le lien avec le client.
- ✓ Analyser les différentes sources d'insatisfaction et les transformer en opportunités permettant d'accroître la qualité des offres ou du parcours client dans une démarche constructive d'amélioration continue.

● Coursus proposés :

Formation continue : La formation est dispensée en continue, en 4 modules de 7 à 14 heures pour une durée totale de 7 à 56 heures de formation (apports théoriques et pratiques)

Cette formation permet d'apprendre et utiliser toutes les techniques de communication permettant d'apporter la satisfaction et de fidéliser les clients.

● Disciplines enseignées :

Module 1 : La mise en œuvre des conditions d'une relation d'excellence avec le client. Durée : de 1 à 2 jours (de 7 à 14 heures)

Module 2 : La relation client au téléphone. Durée : de 1 à 2 jours (de 7 à 14 heures)

Module 3 : La relation client par les canaux digitaux. Durée : 2 jours (14 heures)

Module 4 : La gestion des insatisfactions clients et situations difficiles. Durée : de 1 à 2 jours (de 7 à 14 heures)

● Métiers :

Conseiller clientèle, Chargé d'accueil, Chargé de clientèle, Gestionnaire à distance, Téléconseiller, Télévendeur, Chargé Relation client, Community manager, Agent de médiation, Gestionnaire réclamation, Gestionnaire SAV, Chargé Relation e-commerce, Chargé d'assistance

Les référentiels de compétences sont construits avec des experts faisant autorité dans la Gestion de la Relation client à distance. Ils sont confrontés aux évolutions des attentes des clients et du secteur de la Relation client. Les informations concernant la procédure de certification sont remises à l'inscription avec le contenu détaillé et les objectifs.

Des évaluations orales et/ou écrites, des jeux de rôle sur des contacts clients à distance, en situation d'entreprise permettent de vérifier l'acquisition des compétences par le candidat(e).

Selon les changements qui s'opèrent sur le marché de la Relation client et dans le milieu professionnel, EffiCRM fait évoluer et adapte sa certification.

● Lieu(x) de certification :

Locaux de l'organisme de formation (34 rue G. Lenôtre 78120 Rambouillet) ou France entière.

● Lieux de préparation à la certification déclarée par l'organisme certificateur :

Locaux de l'organisme de formation (34 rue G. Lenôtre 78120 Rambouillet) ou France entière.

Pour tous renseignements, adresser un email à contact@efficrm.com