



Développez vos talents
Certifiez vos compétences

ACED
FORMATION

Relation client et satisfaction client

14h | Code RS ou RNCP :

Objectifs de formation :

- Comprendre les enjeux de la relation client
- Adopter une posture orientée satisfaction et fidélisation
- Améliorer la qualité des échanges avec les clients
- Gérer efficacement les situations clients difficiles

Les points forts de la formation :

- Financement possible OPCO
- La formation alterne entre présentation de fondamentaux théoriques et études de cas.
- 100% des participants à cette formation se sont déclarés satisfaits ou très satisfaits au cours des 12 derniers mois.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel*
(*blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance*).

En cas de formation intra sur site externe à Aced formation, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

Prérequis :

aucun

Public concerné :

Chargés de clientèle,

commerciaux,

personnel d'accueil,

managers

Cette formation :

Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par Aced Formation

Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme :

JOUR 1 – LES FONDAMENTAUX DE LA RELATION CLIENT

Introduction à la relation client

- Définition et principes de la relation client
- Rôle stratégique de la relation client pour l'entreprise
- Lien entre satisfaction, fidélisation et image de marque

Attentes et comportements des clients

- Compréhension des attentes explicites et implicites
- Typologie des clients
- Perception de la qualité et expérience client

Communication et posture professionnelle

- Accueil et prise de contact
- Communication verbale et non verbale
- Posture professionnelle orientée service client

Qualité de service et satisfaction client

- Notion de qualité de service
- Indicateurs de satisfaction client
- Actions de fidélisation

JOUR 2 – RELATION CLIENT AVANCÉE

Gestion des réclamations clients

- Identification des différents types de réclamations
- Méthodologie de traitement des réclamations
- Communication adaptée en situation délicate

Gestion des situations conflictuelles

- Identification des clients difficiles
- Gestion des émotions
- Techniques de désescalade et de résolution des conflits

Fidélisation et relation client durable

- Construction d'une relation client sur le long terme
- Suivi et accompagnement du client
- Actions de fidélisation

Relation client multicanale et digitale

- Accueil téléphonique
- Communication par email et outils digitaux
- Bonnes pratiques de la relation client à distance