



CONVENTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE PROGRAMME DE FORMATION Annexe 1

Formation : Mieux gérer la relation client par une démarche pédagogique d'intelligence collective

I – Objectifs du module

- Objectif 1 : **Identifier les enjeux de la fonction relation client pour assurer la prise de décision**
- Objectif 2 : **Organiser son activité en fonction des priorités du client**
- Objectif 3 : **Etablir un premier contact client de qualité**
- Objectif 4 : **Répondre aux enjeux clients**
- Objectif 5 : **Atteindre la satisfaction client**
- Objectif 6 : **Partager l'information commerciale**

II – Public et pré requis

- **Taille des groupes** : 12 participants maximum
- **Type de public** : Les professionnels en situation de relation client.
- **Connaissances requises** : Travailler en situation de relation client ou être pressenti pour le faire.

III – Modalités techniques et pédagogiques

- **Supports** : Supports de stage en version électronique
- **Matériels utilisés** : Zoom, Jamboard, Klaxoon, peut être amené à évoluer
- **Modalités pédagogiques** :
 - o apports théoriques et pratiques
 - o méthodologie d'intelligence collective
 - o réflexions collectives
 - o évaluations formatives
 - o feedback
- **Intervenante** : Coralie GONZALVEZ

IV – Suivi et évaluation

- **Modalités de suivi** : feuille de présence émargées par demi-journée par les stagiaires et le formateur
- **Modalités d'évaluation** : mises en situation
- **Modalités de sanction** : attestation de fin de formation individualisée

V – Modalité de déroulement

- Dates, lieux et horaires : à déterminer (se reporter à la convention)
- **Durée** : à déterminer en fonction des objectifs (se reporter à la convention)

VI – Contenu détaillé et séquencé de l'action

- Objectif 1 : **Identifier les enjeux de la fonction relation client pour assurer la prise de décision**

- Définir la fonction « relation client » : enjeux, valeurs, missions
- Adopter les attitudes cohérentes avec la fonction « relation client »

- Objectif 2 : **Organiser son activité en fonction des priorités du client**

- Identifier les priorités du client
- Planifier et ordonnancer des tâches cohérentes avec les priorités identifiées

- Objectif 3 : **Etablir un premier contact client de qualité**

- Prospecter en prenant en compte la stratégie commerciale
- Employer une technique de prospection adaptée au marché

- Objectif 4 : **Répondre aux enjeux clients**

- Identifier les enjeux et les besoins client
- Traiter les objections
- Favoriser la prise d'engagements
- Planifier le plan d'actions client

- Objectif 5 : **Atteindre la satisfaction client**

- Appliquer la démarche PAC-3®
- Maîtriser les étapes de la relation client

- Objectif 6 : **Partager l'information commerciale**

- Proposer des indicateurs quantitatifs et qualitatifs cohérents avec la stratégie employée
- Oser partager son vécu, son expérience client

Auto-diagnostic en début de formation des compétences sur une échelle de 1 à 10

Auto-diagnostic en fin de formation des compétences sur une échelle de 1 à 10

SAGACITÉ IS IN THE PRÉ

Coaching | Formation | Innovation

Evaluation globale de la satisfaction en fin de formation Certification ou validation de compétences : le candidat produit un faisceau de preuves (productions documentaires, journal de bord professionnel, preuves de mises en situation professionnelles) qu'il présente à l'oral devant le jury du certificateur IDAE Consulting.

Certificat de Compétences Professionnelles « Savoir-Faire & Efficience Client » ou attestation de validation de la compétence selon les résultats obtenus.