



COMMERCIAL ET MARKETING

Le management de la relation client en ESAT

Développer une expérience client fidélisatrice



OBJECTIFS

- S'organiser pour mieux fidéliser ses clients.
- Identifier toutes les dimensions du management de la relation client en ESAT.
- Construire une expérience client différenciatrice.
- Traiter efficacement les insatisfactions clients.
- Dépasser le fonctionnement en « silos » en développant la culture client dans son établissement.

Pour qui ?

Directeurs, chefs d'atelier, cadres techniques et commerciaux, moniteurs principaux.

Pré requis

Exercer une fonction d'encadrement au sein d'un ESAT.

Nombre de stagiaires

12 maximum.

Durée

2 jours, soit 14 h.

Coût*

Inter-établissements : 500 € nets exonérés de la TVA, hors déjeuner à la charge des stagiaires.

Intra-muros : 3 600 € nets exonérés de la TVA, frais du formateur inclus. Déjeuner à la charge de l'établissement d'accueil.

* Intra-muros mutualisée - Devis sur demande.

Moyens pédagogiques

Exercices, des cas, des échanges, sur l'appropriation des leviers fondamentaux du management de la relation client.

La seconde journée s'appuie sur le contexte particulier des participants et leur propose une démarche et des outils pour élaborer concrètement le développement d'une expérience client fidélisatrice.

Les participants repartent avec un plan d'action appliqué à leur contexte.

Moyens d'évaluation

Participation active des stagiaires sous forme de questions-réponses, quiz, études de cas.

Moyens techniques

Support Powerpoint, projection animation sur tableau blanc



Intra-muros
&
Inter-établissements
22 et 23 septembre 2025
Paris



PROGRAMME ET DÉROULÉ

Chaque demi-journée débutera par un tour de table : le premier jour afin de présenter la formation et identifier les attentes des participants, les jours suivants pour valider les acquis de la demi-journée précédente.

JOUR 1

9 h 00 à 12 h 30 :

- Introduction de la formation et présentation du contexte des participants et de leurs attentes.
- Définir les 7 piliers du management de la relation client.
- Fidéliser la clientèle, quels enjeux pour un ESAT ?
- Comment évoluent les attentes et les exigences de la clientèle.

13 h 30 à 17 h 00 :

- Distinguer l'information économique et l'information relationnelle sur les clients.
- Identifier ses clients à enjeux économiques.
- Ecouter ses clients : les différents outils.
- Identifier les trois niveaux d'attente des clients.

JOUR 2

9 h 30 à 12 h 30 :

- Dresser la cartographie de l'expérience client.
- Identifier les moments critiques de la relation avec ses clients.
- Elaborer une expérience client différenciatrice.

13 h 30 à 17 h 00 :

- Définir des standards de service.
- Faire de la satisfaction client un défi d'équipe.
- Combattre les « silos » par un management transversal de la satisfaction client.
- Evaluation de la formation, échanges et conclusion..

INTERVENANTE

Laurence CHABRY