



# Le management de la relation client en ESAT

## Développer une expérience client fidélisatrice

Sous l'effet croisé des politiques RSE et Inclusion des travailleurs handicapés dans les entreprises et structures privées, ainsi que du Plan de Transformation de l'Offre, les ESAT sont invités à s'emparer des nouvelles sollicitations et opportunités commerciales qui s'en suivent. Cette formation vous aide à optimiser l'accueil et la fidélisation des clients par l'acquisition de méthodes et outils orientés client.

### 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.
- 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 / 14 heures.

### COÛT

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

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Alternance d'apports théoriques, méthodologiques et de cas concrets,
- Animation interactive entre stagiaires et formateurs (questions/réponses, partage d'expériences),
- Selon les formations : quiz, questionnaire, mises en situation, études de cas, démarche réflexive, jeux de rôles, travail en sous-groupe, etc.,
- Projection de supports lors de la formation (diaporama, vidéos, documents techniques, etc.),
- Mise à disposition de supports pendant et à l'issue de la formation,
- Exercices en lien avec les problématiques vécues par les participants
- Utilisation de vidéoprojecteur, tableau blanc, paperboard.

### MOYENS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

- Feuille de présence,
- Évaluation de l'acquisition des objectifs par le formateur selon les moyens, pédagogiques utilisés lors de la formation
- Évaluation de la formation par les stagiaires,
- Certificat de réalisation et attestation de compétences.

NOUVEAU  
CONTENU



### PROGRAMME ET DÉROULÉ

Le programme tient compte des réformes (plan de transformation des ESAT, Loi pour le plein emploi et ses décrets, rapports IGAS, ...).

Chaque demi-journée commencera par un tour de table : le premier pour présenter et recueillir les attentes des participants, les suivants pour valider les acquis.

#### JOUR 1

de 9h00 à 12h30

- Introduction de la formation et présentation des participants et leur contexte ;
- Fidéliser la clientèle, quels enjeux pour un ESAT ?
- Comment évoluent les attentes et les exigences des clients privés et publics.

de 13h30 à 17h00

- 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

de 9h00 à 12h30

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

de 13h30 à 17h00

- 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 ;

Évaluation de la formation, échanges et conclusion.

### INTERVENANTE

Laurence CHABRY



Intra