



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 DE LA FORMATION

Inter établissements : 460 Euros nets (exonération de la TVA) hors déjeuners à la charge des stagiaires.

**STAGE INTRA-MUROS
DEVIS SUR DEMANDE**

MOYENS PÉDAGOGIQUES

La première journée, à travers des exercices, des cas, des échanges, est consacrée à l'appropriation des leviers fondamentaux du management de la relation client. La deuxième 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. Tout au long de ces deux jours, les stagiaires pourront réinterroger les contenus de formation et la formatrice pourra ainsi être au plus près de la progression visée.

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.

PROGRAMME ET DÉROULÉ

1^{ère} demi-journée, de 9 h 00 à 12 h 30 :

- Introduction de la formation et présentation du contexte Etablissement 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

2^{ème} demi-journée, de 13 h 30 à 17 h 30 :

- Tour de table : validation des acquis de la demi-journée précédente
- 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

3^{ème} demi-journée, de 8 h 30 à 12 h 30 :

- Tour de table : validation des acquis de la demi-journée précédente
- Dresser la cartographie de l'expérience client
- Identifier les moments critiques de la relation avec ses clients
- Elaborer une expérience client différenciatrice

4^{ème} demi-journée, de 13 h 30 à 16 h 30 :

- Tour de table : validation des acquis de la demi-journée précédente
- 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, Consultante-formatrice indépendante.

Co-auteur de l'ouvrage « La Boîte à Outils de l'expérience client » - DUNOD (3^{ème} édition, août 2021)

