



LA RELATION CLIENT AU QUOTIDIEN

Satisfaire et fidéliser les clients par la qualité de l'expérience client

OBJECTIFS

- Identifier les enjeux de l'expérience client.
- Se positionner dans la chaîne de service des clients.
- Communiquer efficacement en interne et avec les clients.
- Valoriser l'image de l'ESAT.
- S'affirmer dans les situations relationnelles délicates.



POUR QUI ?

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

PRÉ REQUIS

Etre en activité en 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.

INTRA-MUROS : DEVIS SUR DEMANDE.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

La première journée, à travers des exercices, des cas, des échanges, est consacrée à l'appropriation des conditions de succès de la relation avec les clients en ESAT et à la révision des clés de la communication efficace avec autrui, collègue ou client. La deuxième journée s'appuie sur les cas pratiques de la relation client, rencontrés par les participants à leur poste de travail et au quotidien : situations clients banales et fréquentes, situations plus difficiles. Ces cas donnent lieu à des mises en situation et à des entraînements en micro-groupes pour s'approprier les bonnes pratiques relationnelles. 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 grilles d'observation/évaluation, exercices, quiz, jeux de rôle.

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, recueil des attentes des participants et des situations de contacts avec les clients.
- Se situer sur le parcours client de l'ESAT, positionner son rôle.
- Identifier les enjeux et les conditions d'une expérience client réussie.
- Prendre en compte les attentes et les exigences de la clientèle de l'ESAT.

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

- Tour de table : validation des acquis de la demi-journée précédente
- Revisiter les clés de la communication efficace avec les collègues et les clients.
- Développer son écoute active.
- Maîtriser l'art du questionnement utile.
- Pratiquer la reformulation.

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

- Tour de table : validation des acquis de la demi-journée précédente
- Gérer avec professionnalisme les situations simples de la relation client :
 - Se présenter,
 - Orienter un client vers le bon interlocuteur,
 - Prendre un message,
 - Traiter une demande simple.

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

- Tour de table : validation des acquis de la demi-journée précédente
- S'affirmer de façon valorisante pour soi et pour l'ESAT quand il faut :
 - Faire face à un imprévu,
 - Dire « non » à un client,
 - Annoncer une mauvaise nouvelle,
 - Traiter une insatisfaction du 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)

