



PROGRAMME DE FORMATION

GESTION DE LA RELATION CLIENT

DOCUMENT REMIS AU STAGIAIRE
AVANT SON INSCRIPTION

CONTACT / RENSEIGNEMENT :

CASTILLON LAURÈNE — 06.69.23.18.16
CONTACT@LC-FORMATIONS.FR



FORMATION GESTION DE LA RELATION CLIENT

➔ OBJECTIFS PROFESSIONNELS :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Cartographier le parcours client et identifier les moments clés pour améliorer l'expérience à chaque étape
- Exploiter un outil de CRM pour organiser le suivi des clients et déployer des actions de fidélisation efficaces
- Traiter les réclamations avec professionnalisme et piloter la satisfaction ainsi que les avis clients

➔ CATÉGORIE ET BUT

La catégorie prévue à l'article L.6313-1 est : Action de formation

Cette action a pour but (article L.6313-3) : De favoriser l'adaptation des travailleurs à leur poste de travail, à l'évolution des emplois ainsi que leur maintien dans l'emploi et de participer au développement de leurs compétences en lien ou non avec leur poste de travail.

➔ PUBLIC

Le public concerné est : tout public.

➔ PRÉ-REQUIS

Les conditions d'accès sont :

Pré-requis : Aucun

Niveau exigé : Débutant

➔ DURÉE

Cette formation se déroule sur un volume de 7 à 100 heures, soit 1 à 15 jours.

Le volume horaire et le nombre de jours sont définis à l'issue de l'analyse du besoin, en fonction du niveau du stagiaire et des objectifs visés.

Volume horaire exact, dates et horaires : voir convention de formation.

➔ TARIF

Tarif : sur devis.

Le coût est établi en fonction du volume horaire retenu et des modalités de la formation. Il est communiqué dans le devis adressé avant toute contractualisation, puis repris dans la convention de formation.

Organisme de formation net de TVA.



FORMATION GESTION DE LA RELATION CLIENT

➔ MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription est réputée acquise lorsque : La convention de formation est signée.
Les délais d'accès à l'action sont : 15 jours avant le début de l'action de formation.



FORMATION GESTION DE LA RELATION CLIENT

➤ **MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT** **MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES**

L'organisation pédagogique repose sur l'individualisation accompagnée avec présence pédagogique constante du formateur.

OUTILS PÉDAGOGIQUES : L'intervenant alternera apports théoriques, études de cas concrets et ateliers pratiques sur des outils de CRM, afin que le stagiaire construise des livrables directement applicables à son activité : parcours client, plan de fidélisation et procédure de traitement des réclamations.

Les exercices permettront de valider les acquis tout au long de la formation. Le stagiaire travaillera sur des cas concrets issus de son activité, notamment la cartographie de son parcours client, le paramétrage d'un CRM, la construction d'un programme de fidélisation, la rédaction de réponses aux réclamations et aux avis clients.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES : Livret explicatif.

PRISE EN COMPTE DU HANDICAP : Les personnes en situation de handicap peuvent tout à fait rejoindre notre formation. Merci de nous contacter pour toute situation particulière.

ÉLÉMENTS MATÉRIELS DE LA FORMATION

Équipements divers mis à disposition : un ordinateur avec connexion internet sera mis à disposition du stagiaire.

Documentation : Le formateur s'appuiera sur un support pédagogique remis à chaque stagiaire, comprenant des modèles de cartographie du parcours client, des trames de réponses aux réclamations et aux avis, ainsi qu'un comparatif des principaux outils de CRM et de mesure de la satisfaction.

COMPÉTENCES DES FORMATEURS

Le formateur référent possède les qualités nécessaires à la mise en place d'un parcours modulaire. Il a un rôle de formateur accompagnateur. Il réajuste en permanence le contenu de la formation en fonction des avancées du stagiaire. Il reste à l'écoute des besoins et répond au mieux aux attentes.

La formation est assurée par un formateur référent, spécialisé dans le domaine de la formation, sélectionné pour ses compétences pédagogiques et son expérience professionnelle. Son identité, son curriculum vitae et ses qualifications sont communiqués au stagiaire avant le démarrage de l'action et annexés à la convention de formation.



FORMATION GESTION DE LA RELATION CLIENT

➔ **CONTENU DE LA FORMATION**

PARTIE 1 - COMPRENDRE ET CARTOGRAPHIER LE PARCOURS CLIENT

- Identifier les étapes du parcours client, de la découverte à la recommandation, pour visualiser l'expérience vécue
- Repérer les points de contact et les moments de vérité afin de concentrer ses efforts là où ils comptent le plus
- Construire des personas clients pour adapter son discours et ses offres à chaque profil
- Détecter les irritants et les ruptures dans le parcours pour définir des actions d'amélioration concrètes

PARTIE 2 - STRUCTURER SA RELATION CLIENT AVEC UN CRM

- Comprendre le rôle et les fonctionnalités d'un CRM pour choisir l'outil adapté à la taille de son entreprise
- Organiser et segmenter sa base de contacts pour cibler efficacement ses communications
- Consigner l'historique des échanges et planifier les relances pour ne laisser aucune opportunité sans suite
- Respecter les règles de protection des données personnelles dans la gestion de sa base clients pour travailler en conformité

PARTIE 3 - FIDÉLISER SA CLIENTÈLE

- Comprendre les leviers de la fidélité client pour transformer un acheteur occasionnel en ambassadeur
- Concevoir un programme de fidélisation adapté à son activité et rentable dans la durée
- Personnaliser la communication (courriels, SMS, attentions) pour renforcer le lien avec chaque client
- Mesurer la valeur client dans le temps afin d'arbitrer entre acquisition et fidélisation
- Mettre en place des actions de réactivation des clients inactifs pour relancer le chiffre d'affaires dormant

PARTIE 4 - TRAITER LES RÉCLAMATIONS ET GÉRER LES CLIENTS DIFFICILES

- Accueillir une réclamation avec écoute active et empathie pour désamorcer la tension
- Appliquer une méthode structurée de traitement des réclamations, de la qualification à la solution
- Transformer un client mécontent en client fidèle grâce à un geste ou une réponse adaptée
- Analyser les réclamations récurrentes pour corriger les causes profondes et prévenir leur répétition

PARTIE 5 - PILOTER LA SATISFACTION ET LES AVIS CLIENTS

- Mettre en place des enquêtes de satisfaction et des indicateurs de référence pour mesurer la qualité perçue
- Solliciter les avis clients au bon moment pour renforcer sa réputation en ligne
- Répondre aux avis positifs comme négatifs avec professionnalisme pour valoriser son image
- Exploiter les retours clients comme levier d'amélioration continue de son offre et de son service

➔ **SUIVI ET ÉVALUATION**



FORMATION GESTION DE LA RELATION CLIENT

EXÉCUTION DE L'ACTION

Les moyens permettant de suivre l'exécution de l'action sont :

- Feuilles de présence émargées par les stagiaires et le formateur
- Attestation remise aux stagiaires ayant suivi la formation Gestion de la relation client avec assiduité

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES RÉSULTATS (OU D'ACQUISITION DES COMPÉTENCES)

Les moyens mis en place pour déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés dans les objectifs sont :

- Questions orales et exercices pratiques
- Élaboration d'un plan de gestion de la relation client (parcours, fidélisation, traitement des réclamations) appliqué à l'activité du stagiaire
- Mise en situation finale



LC FORMATIONS
CONSEIL & DEVELOPPEMENT

LC FORMATIONS

50 AVENUE DES CHAMPS ELYSEES 75008 PARIS SIRET 88379731800036 - SARL AU CAPITAL SOCIAL DE 1000 €- NUMÉRO TVA INTRACOMMUNAUTAIRE FR77883797318 DÉCLARATION D'ACTIVITÉ DE FORMATION ENREGISTRÉE SOUS LE N°11757183875 DU PRÉFET DE RÉGION D' ÎLE-DE-FRANCE