

Améliorer la qualité de service et gérer les relations difficiles au téléphone

PUBLIC CONCERNE

Personnel de services clients

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- ▶ Savoir porter l'image de l'entreprise à travers sa fonction,
- ▶ Définir les engagements communs de la qualité de service,
- ▶ Améliorer la qualité de service en intégrant les comportements adaptés aux situations rencontrées,
- ▶ Savoir s'affirmer et faire preuve de directivité avec courtoisie
- ▶ Prendre le recul nécessaire
- ▶

PRE-REQUIS

Débutants ou expérimentés

DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

Durée (en jour et en heures): 2 journées +1

Modalités pratiques : présentiel

Nombre de stagiaires (à titre de recommandation) : 8

FORMATEUR

- ▶ Didier Serrant

MOYENS PEDAGOGIQUES & TECHNIQUES

- ▶ Form'Action, méthode interactive et participative qui fait appel aux expériences professionnelles de chaque participant.
- ▶ Apports théoriques illustrés par des exemples concrets et réels
- ▶ Exercices individuels et collectifs
- ▶ Mises en situation, jeux de rôles
- ▶ Plan d'actions individuel
- ▶ Autodiagnostic

MODALITES DE SUIVI ET MODE D'EVALUATION

- ▶ Quizz d'évaluation des acquis pédagogiques
- ▶ Correction orale et collective avec l'intervenant
- ▶ Feuille de présence signée par chaque participant à chaque demi-journée.
- ▶ Fiches d'évaluation complétées par le formateur et par les participants.
- ▶ Attestation de formation

CONTENU DE LA FORMATION / DEROULE

L'environnement

- ▶ Evolution de l'environnement économique
- ▶ Approche globale du marché
- ▶ Les évolutions comportementales
- ▶ Les enjeux du Service Client

Le Service Client dans la relation client

- ▶ Rôles, Missions, Responsabilités, Initiatives
- ▶ S'affirmer, connaître ses limites, savoir dire non
- ▶ Gérer le stress dû à la fonction
- ▶ Les outils pour gérer les émotions

Gérer sa relation client

- ▶ Se fixer des objectifs pour chaque client
- ▶ Développer la qualité de service
- ▶ Créer de l'opportunité dans la relation client,

Les spécificités de la communication par téléphone

- ▶ Définition de la communication intelligible (les 4 C)
- ▶ L'intonation, volume et sourire
- ▶ Les bonnes pratiques du langage au téléphone

La prise de contact et l'accueil de la demande

- ▶ Les premières secondes
- ▶ Les objectifs de la prise de contact

L'écoute client et le questionnement

- ▶ Le questionnement QQCOQP
- ▶ Les Schémas persuasifs
- ▶ S'adapter à la communication de l'interlocuteur
- ▶ L'assertivité
- ▶ L'argumentation en fonction des objectifs du clients
- ▶ Transformer les caractéristiques en bénéfiques pour les clients

La conclusion d'un entretien

- ▶ Qui, quand, comment conclure?
- ▶ Les différentes offres : directe, alternative, stimulante.
- ▶ Le suivi client : Quand et comment

TARIF

Intra entreprise : 1 900€ H.T / jour - Autres formats et demandes spécifiques sur devis.

DISPONIBILITE DE REALISATION

Dans le mois qui suit la commande sous réserve de la disponibilité du/des formateur(s) /trice(s).