

Maitriser les écrits dans la relation client

PUBLIC CONCERNE

Toute personne back et front office ayant des écrits à rédiger pour des clients, prospects

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

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

- ▶ Prendre conscience de l'importance stratégique d'une relation écrite efficace dans la relation client
- ▶ Prendre conscience de l'effet de l'écrit sur le public et l'image de l'entreprise
- ▶ Établir des règles communes de mise en page et d'écriture
- ▶ Établir un contact efficace et convivial avec le client
- ▶ Mettre le client au cœur de la relation

PRE-REQUIS

Être en contact avec les clients de l'entreprise

DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

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

Modalités pratiques : présentiel

Nombre de stagiaires (à titre de recommandation) : 6 à 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
- ▶ Jeux de rôles et simulations
- ▶ Exercices individuels et collectifs

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

Séquence
Comprendre les enjeux de la relation écrite avec l'utilisateur : <ul style="list-style-type: none">▶ Sur la satisfaction client▶ Sur l'environnement (image)▶ Sur l'organisation
Analyser l'utilisation du courrier comme vecteur de communication <ul style="list-style-type: none">▶ Dans quels cas privilégier le courrier ?▶ Quels types de clients privilégient le courrier à toute autre forme de communication ?
Analyser la communication écrite <ul style="list-style-type: none">▶ Identification du rédacteur et de son interlocuteur▶ Les facteurs de lisibilité dans un courrier▶ La forme▶ Le fond▶ Le plan rédactionnel▶ La relecture
Comprendre les spécificités de ce mode de communication <ul style="list-style-type: none">▶ Utilisation simple et rapide▶ Communication directe et informelle▶ Évite des déplacements et des temps d'attentes
Identifier les lecteurs et utilisateurs de courriels <ul style="list-style-type: none">▶ Sont-ils les mêmes que les utilisateurs de courriers ?▶ Quelles sont les caractéristiques des utilisateurs de courriels ? (en interne et en externe)▶ Quelles sont leurs attentes particulières ?
Appréhender les opportunités et menaces liées à ce mode de communication <ul style="list-style-type: none">▶ Profiter des opportunités▶ Éviter les menaces ou pièges
Utiliser les facteurs de ton et de lisibilité dans un courriel <ul style="list-style-type: none">▶ Les facteurs de ton dans un courriel▶ Les différences de formes par rapport au courrier.▶ Les règles de base de la rédaction d'un courriel.

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).