PROGRAMME DE FORMATION

Développer la culture client en entreprise

DURÉE : 2 jours | 14 heures

MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

PUBLIC VISÉ

Commerciaux, technico-commerciaux, chargés de clientèle, responsables des ventes et entrepreneurs souhaitant renforcer leur efficacité commerciale.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Diagnostiquer les enjeux de la relation client.

Identifier la valeur client pour l'entreprise.

Maîtriser les canaux de communication au service de l'expérience client.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Modalités pédagogiques

MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance, sur demande, par un formateur expert dans ce domaine.

Pédagogie active et participative : apports théoriques, échanges, cas pratiques, quiz et mises en situation.

Ressources pédagogiques : paperboard, vidéoprojecteur ou écran TV, contenus multimédias et vidéos.

Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires. Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Formateur expert en relation client et techniques commerciales, expérimenté en formation pour adultes.

En présentiel : salle de formation équipée d'un vidéoprojecteur et d'un paperboard, adaptée aux travaux en sous-groupes et aux mises en situation.

À distance : classe virtuelle (Teams ou Zoom) avec partage d'écran et outils collaboratifs (tableau blanc, sondages).

Assistance pédagogique et technique joignable par mail (assistance@modula-formation.com) ou par téléphone (05 56 44 58 68), avec un délai de réponse sous 48 h, du lundi au vendredi de 8 h à 18 h.

Supports pédagogiques

Support de cours numérique remis à chaque stagiaire en fin de formation.

Études de cas, jeux de rôle et mises en situation tirés de situations professionnelles.

Fiches outils et fiches mémo récapitulatives.

Accès aux ressources complémentaires après la formation.

Plateforme Modula

Tout au long de sa formation, chaque stagiaire dispose d'un accès personnel à la plateforme Modula : suivi de son inscription, consultation du calendrier et du lieu de formation, réalisation du test de positionnement, des évaluations et du questionnaire de satisfaction, et téléchargement de ses attestations et certificats de formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation

Contenu pédagogique

01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.

02 - Explorer la fonction Responsable Relation Client

- Les enjeux de la fonction : les périmètres et responsabilités.
- Les différents types de client, les processus d'achat : la révolution digitale en toile de fond.
- Les déterminants de la valeur perçue par le client.

03 - Cerner les enjeux de la relation client pour l'entreprise

- Différencier transaction commerciale et relation client : distinguer satisfaction et fidélisation.
- L'enjeu économique de la préférence client : les indicateurs et drivers de la fidélité.

04 - Maîtriser les bases du marketing relationnel

- Mesurer le capital client : valeur actuelle, potentielle, segmenter, les clients à valeur.
- Cycle de vie du client, parcours client et expérience client : trois notions à distinguer.
- Stratégie d'offre, identifier ce qui a de la valeur client par segment de clientèle.

05 - Optimiser les ordonner les canaux de communication avec le client

- Les différentes stratégies cross-canal : améliorer la valeur ajoutée de chaque canal et utiliser le digital au bon endroit.
- Rendre cohérente l'expérience client sur les différents canaux : focus sur la valeur ajoutée du site Web.
- Repérer la complémentarité entre culture client et processus : repérer son rôle dans la construction et la diffusion de la culture client.
- Poser les valeurs qui animent la relation client.

06 - Valider les acquis et clôturer la formation

- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

Modalités d'évaluation

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation