

## PROGRAMME DE FORMATION

# Développer la culture client en entreprise

---

**DURÉE :** 2 jours | 14 heures

**MODALITÉ D'ORGANISATION :** Mixte

## Informations

### 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, MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

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.

---

### MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

## 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'évaluations

- 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.
- Évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.
- Auto-positionnement avant et après la formation.