

# FORMATION RELATION CLIENT : RÉCLAMATIONS, POSTURE DE SERVICE ET SATISFACTION

Code : VC03

## VENTE & RELATION CLIENT



### Les enjeux pour votre organisation

Les équipes qui conçoivent et pilotent la relation client portent une part directe de l'image et de la fidélité. Un manque d'alignement entre les services est le meilleur moyen de dire adieu aux clients.

En effet : le client ne se sent pas compris, la satisfaction baisse, et la concurrence récupère la confiance. Plus de 50 % des clients changent après une seule expérience insatisfaisante (Zendesk).

La formation sécurise des pratiques communes et transférables (posture alignée, écoute et reformulation, prise de contact claire, adaptation aux profils, réponses orientées solution, gestion des situations délicates).



### Après cette formation ?

À l'issue de la formation, les équipes chargées de la relation client adoptent une **posture** plus claire et commune, et communiquent avec plus de **efficacité** dans les situations du quotidien.

Elles apportent des réponses mieux comprises, plus adaptées et plus orientées solution, y compris lorsque la demande devient sensible.

- Une communication plus claire, adaptée et professionnelle
- Des échanges clients plus fluides et orientés solution
- Une gestion plus maîtrisée des situations délicates
- Une satisfaction et une fidélisation client plus solides et durables



Programme en ligne



07 62 20 47 57  
contact@kepsom.com

Kepsom Formation  
254 rue Vendôme  
69003 Lyon



# PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

Vente & Relation client



Module 1

## Comprendre les enjeux de la relation client

Jour 1



**Objectif : Comprendre les enjeux de la relation client et son impact sur l'image**

- Définition et périmètre de la relation client
- Différence entre relation client et expérience client
- Attentes actuelles des clients internes et externes
- Image de marque, valeurs et cohérence relationnelle
- Satisfaction client, fidélisation et rôle de chaque acteur
- Notion de client promoteur



**Activité pratique : Atelier d'analyse : identification des valeurs de l'entreprise et de leur traduction concrète dans les comportements relationnels**

Module 2

## Identifier les attentes et besoins du client

Jour 1



**Objectif : Identifier les attentes explicites et implicites des clients**

- Besoins fondamentaux du client
- Demande explicite vs demande implicite
- Parcours client et points de contact
- Profils de clients, motivations et attentes
- Notion de concurrence et impact sur les attentes
- Sens du service et disponibilité relationnelle



**Activité pratique : Identification des bonnes pratiques relationnelles répondant aux besoins clients**

Module 3

## Communiquer efficacement dans la relation client

Jour 1



**Objectif : Communiquer de façon claire et adaptée dans chaque échange**

- Les fondamentaux de la communication relationnelle
- Écoute active, questionnement et reformulation
- Verbal, paraverbal et non verbal
- Communication téléphonique et face-à-face
- Première impression et prise de contact
- Présentation personnelle et image professionnelle



**Activité pratique : Mises en situation : prise de contact et communication orientée confiance**

# PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

Vente & Relation client



Module 4



## Adapter sa posture et son discours au client

Jour 2

- Synchronisation relationnelle
- Adaptation au profil de l'interlocuteur
- Communication symétrique et complémentaire
- Posture positive et orientée solution
- Création d'un climat favorable à l'échange



### Activité pratique : Jeux de rôles à partir de profils clients variés

Module 5



## Apporter une réponse utile et créatrice de valeur

Jour 2

- Sortir du jargon et du vocabulaire technique
- Argumentation orientée bénéfices client
- Pédagogie et adaptation du langage
- Réactivité, priorisation et gestion du temps
- Processus de réponse et engagement client



### Activité pratique : Atelier de transformation d'arguments techniques en bénéfices clients

Module 6



## Gérer les situations difficiles et l'insatisfaction client

Jour 2

- Comprendre les sources d'insatisfaction
- Prendre du recul et analyser la situation
- Empathie et écoute en situation délicate
- Langage positif et désamorçage
- Reformulation rassurante
- Capitalisation et communication interne



### Activité pratique : Mises en situation de gestion de réclamations et conflits clients



## Modalités

<b>PUBLIC</b>	Fonctions commerciales	<b>FORMAT</b>	Présentiel et distanciel
<b>PRÉREQUIS</b>	Aucun	<b>MODE</b>	Intra-entreprise
<b>TARIF</b>	Voir devis	<b>EFFECTIF</b>	de 2 à 12
<b>DURÉE</b>	2 jours	<b>HANDICAP</b>	Nous contacter

## Évaluation, suivi et délai d'accès

- ✓ **Évaluation des acquis** via, mises en situation et retours d'expérience.
- ✓ **Suivi post-formation** avec un **plan d'action personnalisé**.
- ✓ **Délai d'accès** : au plus tard 48 heures avant le début de la session.



## Méthodes et outils pédagogiques



Mise en pratique



Interaction et intelligence collective



Pédagogie active et participative



Outils ludiques et collaboratifs



Supports pédagogiques interactifs



## Profil formateur



- Nos intervenants maîtrisent la relation client et les réalités des équipes terrain.
- Ils s'appuient sur des cas réels et adaptent l'entraînement aux profils.
- Ils ancrent les acquis avec un **plan d'action** et des **réflexes transférables**.



## Financement

**Possibilité de prise en charge par les OPCO (intra) via agrément qualité.**  
**Merci de nous consulter pour plus d'informations.**

