

Formation certifiante

Gestion de conflits

Customer Care

Relation client

Formation Responsable Relation Client

Certification visée : « Gérer la relation client dans une entreprise digitale » —
RS6922

- ✓ 400h de formation, 100% à distance
- ✓ Classes Zoom en direct, ateliers et Q&A avec des CSM en poste
- ✓ Certification reconnue — RS6922, organisme Qualiopi
- ✓ 72,7% de taux d'obtention de la certification en 2025, 100% de taux de satisfaction

72,7%

Taux d'obtention de
la certification

100%

Taux de satisfaction

490+

Candidats certifiés
depuis le lancement

6 000 €

Éligible OPCO ·
financement
personnel possible

RÉSUMÉ & PROGRAMME

400h pour structurer et piloter la relation client

Cette formation développe une vision globale de l'expérience client : parcours, voix du client, canaux de contact, équipes et indicateurs de performance. Elle conserve une forte dimension digitale (CRM, data, IA) tout en renforçant la coordination omnicanale, le management des pratiques et la diffusion d'une culture client.

Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie de relation client cohérente
- Cartographier le parcours et organiser la voix du client
- Piloter une expérience omnicanale cohérente
- Structurer service, support, réclamation, escalade
- Exploiter CRM, data et indicateurs de performance

Public visé

- Responsables relation/service/expérience client
- CSM et Account Managers évoluant vers du pilotage
- Managers d'équipes support en environnements digitaux
- Chefs de projet parcours/processus/outils
- Profils en reconversion, étudiants Bac+2

Prérequis d'admission

- Bac+2 ou 2 ans d'expérience en contact client
- Entretien de positionnement obligatoire (30 min)
- Ordinateur, bonne connexion internet

Programme de la formation — 3 blocs de compétences

1

Structurer et piloter la relation client en environnement digital

- ✓ Comprendre les enjeux et interactions avec commercial, marketing, produit, support.
- ✓ Relier la stratégie relation client à satisfaction, fidélisation, revenu, image.
- ✓ Évaluer la maturité de l'organisation et prioriser la transformation.
- ✓ Représenter les étapes du parcours client et les moments de vérité.
- ✓ Déployer des dispositifs d'écoute : enquêtes, entretiens, verbatims, réclamations.
- ✓ Hiérarchiser les attentes et transformer les enseignements en priorités.
- ✓ Définir les standards de qualité par canal.
- ✓ Organiser la cohérence entre email, téléphone, chat, visio, self-service, CRM.
- ✓ Structurer règles de traitement, SLA, escalade, réclamations.
- ✓ Structurer les données de pilotage de la relation client.
- ✓ Construire des tableaux de bord adaptés équipes et direction.
- ✓ Piloter NPS, CSAT, CES, rétention, churn, délais de traitement.

2

Développer et coordonner un portefeuille clients

- ✓ Définir objectifs et indicateurs partagés pour les équipes en contact client.
- ✓ Mettre en place rituels de pilotage, coaching, bonnes pratiques.
- ✓ Concilier qualité de service, productivité, satisfaction client.
- ✓ Mobiliser les équipes autour de standards communs.
- ✓ Travailler transversalement avec sales, marketing, produit, opérations, support.
- ✓ Communiquer résultats, irritants, priorités pour favoriser l'adhésion.
- ✓ Segmenter les clients selon valeur, attentes, potentiel, risque.
- ✓ Définir les dispositifs de fidélisation, rétention, développement.
- ✓ Préparer des revues de compte ou QBR quand pertinent.
- ✓ Prioriser les chantiers à partir de la voix du client et des données.
- ✓ Construire un plan d'action : responsabilités, délais, indicateurs.
- ✓ Accompagner le changement, traiter les résistances, mesurer l'impact.

3

Concevoir et déployer des dispositifs de relation client augmentée par l'IA

- ✓ Analyser les usages possibles : support, connaissance client, personnalisation.
- ✓ Évaluer gains attendus et risques par cas d'usage.
- ✓ Définir les situations où l'humain doit rester prioritaire.
- ✓ Structurer une base de connaissance exploitable.
- ✓ Évaluer l'apport de la recherche sémantique, assistants, agents conversationnels.
- ✓ Mesurer la qualité des réponses, superviser.
- ✓ Analyser verbatims et signaux de satisfaction/churn.
- ✓ Utiliser les données pour prioriser comptes/incidents/parcours.
- ✓ Intégrer les résultats aux tableaux de bord et à l'amélioration continue.
- ✓ Appliquer le RGPD aux usages data/IA.
- ✓ Identifier les risques de biais/erreur/décision automatisée.
- ✓ Formaliser responsabilités, règles de contrôle, escalade humaine.

Responsable de la relation client

Customer Success Manager / Team Lead

Coordinateur(trice) de portefeuille clients

Responsable support client digital

MODALITÉ & ÉVALUATION

Synchrone 40% · 160h

E-learning 46% · 185h

Épreuves 14% · 55h

BLOC	ÉPREUVE ÉCRITE	ÉPREUVE ORALE	SEUIL
1	ME1 – Étude de cas, 8 p.	ME2 – Soutenance 30 min	≥80%
2	ME3 – Dossier pro, 10 p.	ME4/5 – Soutenance 45 min, QBR	≥80%
3	ME6 – Étude de cas IA, 3 p.	ME7 – Soutenance 40 min	≥80%

INDICATEUR	RÉSULTAT
Taux de validation	72,7%
Taux d'abandon	0%
Satisfaction	100%
Certifiés depuis lancement	490+

PROCHAINES SESSIONS 2026	DATES
Session 1 → 3	4 mai · 1 juin · 29 juin
Session 4 → 6	3 août · 31 août · 28 sept.

Outils & méthodes

100% distanciel, sans déplacement. Zoom, Kare Courses, Slack, Digiforma. Assistance : hello@kare.school

FINANCEMENT & CONTACT

OPCO

France Travail

Plan de développement

Financement personnel

Inscription au plus tard 14 jours ouvrés avant le début, sous réserve de places.
Entretien de positionnement obligatoire (30 min). Certification RS6922 (France Compétences). Accessible aux personnes en situation de handicap – aménagements sur demande auprès d'admin@kare.school.

Organisme	Kare School
Contact	hello@kare.school 06 48 78 76 13
Adresse	9 place Jacques Marette, 75015 Paris
Tarif	6 000 € – Éligible OPCO