

EXPÉRIENCE ET SATISFACTION CLIENTS

KARINE SOCRATE

LIEU(X) DE FORMATION

Campus de Paris
(Métro 4 - Arrêt Saint Placide)

ACCESSIBILITÉ

Le site de formation est accessible aux personnes à mobilité réduite

RYTHME

1 jour (7 h)

PRÉ-REQUIS

Maîtrise de la langue française (orale et écrite)/ Niveau DELF B2 ou équivalent

PUBLIC VISÉ

Tout public en contact direct avec la clientèle

DÉLAIS D'ACCÈS

Les prochaines dates de stage seront bientôt disponibles sur notre site

MODALITÉS D'ACCÈS

Renseigner et retourner un dossier de candidature complet.

OBJECTIFS

- Améliorer la qualité de service des personnes en contact avec la clientèle par un travail sur leur attitude et leurs compétences comportementales

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Introduction

Tour de table : Définition de ce qu'est l'enchantement client pour chacun.

Comprendre les enjeux de l'enchantement client : coût de la perte d'un client, importance de la fidélisation.

« Pep Talk » : motivations, objectifs de la journée.

Acte I – COMPRENDRE

Les fondamentaux d'un service enchanteur,

Professionnelle : savoir-faire, technicité métier, esthétisme, attitude,

Humaine : personnalisation de la prestation, adaptation et flexibilité,

Incroyable : l'effet de surprise, le dépassement des attentes, une expérience unique.

Acte II – S'ENTRAÎNER

Le collaborateur, vecteur de la qualité du service,

Les 3 images de soi (étude Mehrabian) : visuelle, vocale, verbale,

Les outils phares : l'écoute active, l'empathie, l'évitement du « non », la maîtrise de soi,

Mises en situation des comportements attendus et non attendus.

MODALITÉS DE POSITIONNEMENT

- Entretien individuel de positionnement réalisé par téléphone au moment de la candidature

MÉTHODES ET MOYENS MOBILISÉS

Ce module ludique et participatif démarre par un tour de table puis un échauffement théâtral visant à briser la glace et mettre en place une synergie de groupe.

Il se poursuit sur une logique allant de la théorie à la pratique.

Le but est d'aider chaque collaborateur à comprendre les étapes clés d'un service d'excellence avant de cerner et d'adopter de façon concrète les attitudes et les comportements porteurs de celui-ci en situation de relation client (à travers des exercices d'improvisation théâtrale et des jeux de rôle).

A l'issue de la 1^{re} journée, les participants expérimentent la démarche qualité en se plaçant dans le prisme du client par le biais d'un benchmark et d'un plan d'action défini en présentiel.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Evaluation formative des acquis en cours et en fin de formation
- Questionnaire de satisfaction en fin de stage
- Attestation de participation FERRANDI Paris délivrée à la fin du stage

LES RÉSULTATS OBTENUS

92,7%

Taux de satisfaction global des stagiaires sortants en 2020

TARIFS ET FRAIS

295 euros

CONTACT

Florence Estager-Laurent

Chargée de clientèle

01 49 54 17 52

florence.estager-laurent@ferrandi-paris.fr

Les informations sur cette fiche sont données à titre indicatif.

Date de mise à jour : 08/06/2021

PARIS

FERRANDI Paris
28 rue de l'Abbé Grégoire
75006 Paris

une école de la



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE