

<b>PUBLIC VISE</b>	Tout public en contact avec les clients
<b>PRE REQUIS</b>	aucun
<b>OBJECTIFS</b>	Comprendre les enjeux de la relation client à l'ère du digital Connaitre la méthode de prise en charge du client du premier contact à la fin de l'action Être capable d'identifier les différents profils comportementaux chez les clients Savoir adapter sa posture et sa communication aux différents profils
<b>DUREE</b>	14 heures sur 2 jours
<b>CONTENU</b>	<b>JOUR 1 : LES ETAPES DE LA PRISE EN CHARGE RELATIONNELLE D'UN CLIENT</b> <b>I- L'EVOLUTION DE LA RELATION CLIENT</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Internet a tout changé</li><li>• De la notion d'« expérience client » à la notion de « capital client »</li><li>• Le millefeuille de la confiance</li></ul> <b>II- LES 4 PIEGES A EVITER</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• La réactivité : agir sans réagir</li><li>• La patate chaude : donner sans abandonner</li><li>• Le client roi : satisfaire sans abdiquer</li><li>• Les émotions : les identifier pour ne pas les subir</li></ul> <b>III- LA PRISE DE CONTACT</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• L'accueil : Téléphonique – Physique – Ecrit</li><li>• La prise en charge de la relation</li><li>• Le plan de route</li></ul> <b>IV- LA COMPREHENSION</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre la situation et le problème éventuel</li><li>• Comprendre la demande explicite</li><li>• Comprendre le besoin implicite</li><li>• Et la relation dans tout ça ?</li><li>• L'écoute sincère</li><li>• Le questionnement</li></ul> <b>V- LA VALIDATION</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Valider la compréhension - l'objectif - les étapes - l'engagement réciproque</li><li>• Savoir dire « non » sans rompre la confiance</li></ul> <b>VI- L'ACTION</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Le maintien de la confiance dans le temps</li><li>• Annoncer un obstacle ou un changement sans perdre l'alliance</li></ul> <b>VII- LA CLOTURE DE L'ACTION</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interne</li><li>• Avec le client</li><li>• L'expression de la satisfaction</li></ul> <b>JOUR 2 : DEVELOPPER SA FLEXIBILITE INTERPERSONNELLE AVEC SES CLIENTS</b> <b>I- LA METHODE DU DISC</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les points clés du comportement humain</li><li>• Le langage des couleurs et le DISC de Marston</li><li>• Les caractéristiques observables</li><li>• La communication verbale et non verbale</li></ul>

.../...

## II- LES PERCEPTIONS & LA FLEXIBILITE INTERPERSONNELLE

- Appréciations personnelles des couleurs
- Relations interpersonnelles des couleurs
- La flexibilité optimale

## III- RECONNAITRE & S'ADAPTER AU PROFIL DU CLIENT

- Les comportements typiques des clients selon leur profil
- Les attitudes à adopter en fonction du profil du client
- Les déclencheurs et signaux de situations de stress, selon les profils de clients

### QUIZ d'ÉVALUATION DES ACQUIS

### QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION A CHAUD

#### MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

Présentation orale ouverte aux questions des stagiaires. Projection d'un diaporama pour visualiser les apports théoriques et suivre le fil conducteur. Alternance d'apports théoriques et de phases de mise en pratique (études de cas pratiques /mise en situation). Remise d'un support numérique à l'issue de la formation, synthétisant les apports théoriques de la formation. Les formations à distance sont réalisées selon les modalités de la classe virtuelle.

#### INTERVENANT(E)S

Sophie GAUTIER est coach professionnel (coaching individuel – team building – coaching d'organisation) et formatrice.

Elle est diplômée de Grenoble Ecole de Management, certifiée Coach & Team® et certifiée Arc-En-Ciel Disc®. Elle bénéficie de plus de 20 ans d'expérience professionnelle en management, développement commercial et marketing, en agences de communication puis en agence immobilière. Elle est fondatrice et gérante de la société OMYO.

#### MOYENS TECHNIQUES DES FORMATIONS A DISTANCE

La formation à distance est réalisée intégralement avec l'application ZOOM ou TEAMS. Lors de la convocation l'apprenant reçoit un lien d'accès lui permettant de se connecter aux séances en classes virtuelles ainsi qu'un guide d'utilisation de l'application. Lors de sa première connexion, l'apprenant est invité à se connecter 10 minutes avant le début de la formation pour tester la prise en main de l'application. En cas de difficulté, il peut demander l'assistance du formateur par téléphone dans les 10 minutes qui précèdent le démarrage de la formation, ou bien direct au formateur pendant la session numéro du formateur communiqué dans la convocation. En cas de déconnexion involontaire pendant la session de formation, l'apprenant pourra se reconnecter de façon autonome avec le même lien et joindre le formateur par sms en cas de difficulté.

#### MODALITES D'ÉVALUATION

Fiche de présence à émarger par demi-journées de formation pour les formations en présentiel. Emission des relevés de connexion de l'application ZOOM pour les formations à distance. Feedbacks du formateur et du groupe lors des phases de mise en pratique. Quiz permettant de valider les principaux apports théoriques à l'issue de la formation. Questionnaire de satisfaction en fin de formation sur le déroulement de l'action et les acquis de la formation.

#### SANCTION

Remise d'une attestation individuelle de fin de formation à l'issue de l'action.

#### ORGANISATION DE LA FORMATION

**Formation** : présentielle ou à distance, en intra ou inter-entreprise

**Dates, lieu et horaires** : selon convention

**Tarif** : selon devis et/ou tarif en vigueur sur le site <https://omyo.fr>

**Nombre de personnes minimum et maximum** : 6 à 12 participants maximum

**Modalité et délai d'accès** : L'accès en formation est conditionné par le versement d'un acompte par l'entreprise. Pour les formations à distance l'apprenant doit avoir à sa disposition un poste de travail informatique (PC ou tablette), doté d'un micro, d'une caméra vidéo et de hauts parleurs ; relié à une connexion internet haut débit (pour une meilleure qualité, il est conseillé une connexion réseau filaire via câble Ethernet, plutôt qu'en Wi-Fi). Inscription minimum 2 mois avant le début de la formation pour les demandes de prise en charge par les organismes financeurs.

**Accès aux personnes porteuses de handicaps** (nous prévenir au moins 3 semaines avant le début de la session) :

- Accessibilité de la salle de formation aux personnes à mobilité réduite, organisée dans l'entreprise, selon le besoin
- Adaptations possibles en fonction du type de handicap

#### CONTACTS STAGIAIRES

OMYO – B36 – 41 rue de Cugnaux – 31300 Toulouse

Sophie Gautier – [sophie.gautier@omyo.fr](mailto:sophie.gautier@omyo.fr) - 06 63 08 09 40

### JOUR 1

Séquence	Durée	Objectifs	Contenu	Méthodes	Matériel
ACCUEIL	0h30	Inclusion – recueil des attentes	Présentation des participants	Tour de table	aucun
L'ÉVOLUTION DE LA RELATION CLIENT	0h30	Comprendre les enjeux de la relation client à l'ère du digital	Internet a tout changé De la notion d'« expérience client » à la notion de « capital client » Le millefeuille de la confiance	Présentation Echanges sous forme de questions / réponses Travaux en sous-groupes Simulations ou jeux de rôles Debrief en grand groupe	PowerPoint
LES 4 PIEGES A EVITER	1h		La réactivité : agir sans réagir La patate chaude : donner sans abandonner Le client roi : satisfaire sans abdiquer Les émotions : les identifier pour ne pas les subir		
LA PRISE DE CONTACT	1h	Connaitre la méthode de prise en charge du client du premier contact à la fin de l'action	L'accueil : Téléphonique – Physique – Ecrit La prise en charge de la relation Le plan de route		
LA COMPREHENSION	1h30		Comprendre la situation et le problème éventuel Comprendre la demande explicite Comprendre le besoin implicite Et la relation dans tout ça ? L'écoute sincère Le questionnement		
LA VALIDATION	0h30		Valider la compréhension - l'objectif - les étapes - l'engagement réciproque Savoir dire « non » sans rompre la confiance		
L'ACTION	1h		Le maintien de la confiance dans le temps Annoncer un obstacle ou un changement sans perdre l'alliance		
LA CLOTURE DE L'ACTION	1h		Interne Avec le client L'expression de la satisfaction		

### JOUR 2

Séquence	Durée	Objectifs	Contenu	Méthodes	Matériel
LA METHODE DU DISC	2h	Être capable d'identifier les différents profils comportementaux chez les clients	Les points clés du comportement humain Le langage des couleurs et le DISC de Marston Les caractéristiques observables La communication verbale et non verbale	Présentation Echanges sous forme de questions / réponses Travaux en sous-groupes Simulations ou jeux de rôles Debrief en grand groupe	PowerPoint
LES PERCEPTIONS & LA FLEXIBILITE INTERPERSONNELLE	1h30		Appréciations personnelles des couleurs Relations interpersonnelles des couleurs La flexibilité optimale		
RECONNAITRE & S'ADAPTER AU PROFIL DU CLIENT	3h10	Savoir adapter sa posture et sa communication aux différents profils	Les comportements typiques des clients selon leur profil Les attitudes à adopter en fonction du profil du client Les déclencheurs et signaux de situations de stress, selon les profils de clients		
EVALUATION DES ACQUIS THEORIQUE	0h10	Auto-évaluation des acquis	Quiz	En ligne	Ordinateur, tablette ou smartphone
EVALUATION DE LA FORMATION	0h10	Evaluer la satisfaction à chaud du stagiaire	Questionnaire d'évaluation à chaud	Questionnaire	