

**OBJECTIFS & COMPÉTENCES  
PROFESSIONNELLES VISÉES**

- Comprendre les enjeux et intégrer la dimension « capital client » dans sa mission quotidienne
- Analyser les attentes des clients et lever les freins qui entravent l'excellence dans la relation client
- Mettre en place les outils et réflexes pour optimiser la satisfaction du client.

COM\_FID

**1 jour - 7 heures**

INTER ou INTRA SUR-MESURE

**400 €** en inter\*

\*pour les tarifs INTRA et demandeurs d'emploi : merci de nous consulter.

**Prérequis et accessibilité**

Aucun prérequis.

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.

**Moyens pédagogiques et encadrement**

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur professionnel du milieu de la vente et de la relation client : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.



**LIEU DE FORMATION**

Modula Formation  
(Bordeaux / Bayonne / Limoges / La  
Rochelle) et/ou  
à distance



**DÉLAIS D'ACCÈS**

Variable en fonction de votre statut, du  
financeur et de notre planning inter



**SUITE DE PARCOURS**

Suggestion : Élaborer la stratégie  
commerciale de son entreprise



**Modalités d'évaluation :**

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

A 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 »)

[www.modula-formation.com](http://www.modula-formation.com)

### LES ENJEUX DU SERVICE RENDU AU CLIENT

- Mesurer les enjeux qualitatifs et quantitatifs de la qualité du service rendu au client
- Levier de différenciation de ses concurrents
- Véhiculer notoriété et image de marque dans la relation au client
- Instaurer l'excellence par une cohésion de l'ensemble des services de l'entreprise
- Les tableaux de bord à mettre en place pour assurer un Reporting fiable et utile

### IDENTIFIER SON ROLE DANS LA RELATION CLIENT

- Prendre conscience de son rôle vis-à-vis du client, tant en interne qu'en externe
- Définir ses droits et ses devoirs liés à la relation client
- Mettre en place une dynamique de relation client dans la durée

### DEFINIR L'ENSEMBLE DES POINTS DE CONTACT AVEC LE CLIENT

- Identifier les éléments clés constitutifs du capital client
- Rentabiliser, optimiser, anticiper
- Repérer les points de contact pour optimiser la relation sur l'ensemble de la chaîne
- Approfondir l'analyse des besoins pour mieux y répondre
- Définir la check-list des points de contact

### OPTIMISER SA RELATION CLIENT

- Faire l'inventaire des situations difficiles vécues dans la relation avec le client
- Transformer les points d'insatisfaction en opportunités pour vendre, conseiller, fidéliser et générer plus de satisfaction
- Communiquer au client les preuves de l'engagement et du professionnalisme des interlocuteurs, au-delà des termes contractuels
- Mettre en place le suivi de la satisfaction client et le plan d'actions correctives

### IMPLIQUER TOUS LES ACTEURS DANS LA DUREE

- Communiquer sur les actions mises en place et les résultats attendus
- Transmettre les informations aux services internes pour garantir la continuité de service et une satisfaction à long terme

