



PUBLIC

Toute personne en charge de la relation client et de la qualité



PRÉ-REQUIS

Maîtriser la langue française



DURÉE

3 jours - 21 heures



MODALITÉS

Présentiel



TYPE DE VALIDATION

Certificat de réalisation
Attestation de fin de formation

» RÉSULTATS ATTENDUS

- Mettre en place une démarche qualité
- Augmenter le taux de satisfaction client
- Mobiliser l'entreprise autour d'un projet commun

» OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Analyser et prendre en compte l'ensemble des besoins du client pour apporter des solutions conformes à son attente et en respect d'un process qualité interne.
- Evaluer la satisfaction du client et optimiser l'offre produit/service.

» MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques
- Exercices et jeux de réflexion
- Ateliers et mises en situation
- Plans d'actions individuels et collectifs



DATES ET LIEUX

- Agen
28-29 mars et 05 avril
- Périgueux
17-18-26 avril



TARIFS

- Tarif : 945 € HT - 1134 € TTC



INTERVENANT

Stéphanie BOUYER



Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.

PROGRAMME

ANALYSE DU BESOIN DU CLIENT

- Les notions de qualité de service
- La recherche des besoins explicites et implicites par le questionnement
- Utilisation d'une écoute active et pertinente
- La reformulation de la demande
- Identification du cadre de référence du client interne ou externe
- La communication positive verbale, non-verbale, para-verbale ou à distance
- Formalisation des solutions possibles
- Validation de l'adhésion client

DEFINITION ET MISE EN ŒUVRE D'UNE ACTION DE QUALITE DE SERVICE

- Elaboration d'un plan d'action QQQQCP
- Mise en place ou respect d'un process qualité avec outil de suivi
- Mobilisation des ressources internes ou externes
- Communication auprès du client pour le rassurer
- Gestion des situations de réclamations ou d'insatisfaction
- Information auprès de l'ensemble des acteurs concernés

EVALUATION DE LA QUALITE DE SERVICE ET DE LA SATISFACTION DU CLIENT

- Utilisation de différents outils et indicateurs fiables et adaptés
- La collecte des informations : moyens et outils
- Traitement des retours clients positifs et négatifs
- Mise en place de correctifs sur la démarche qualité