

**Public concerné et niveau**

Tout public

**Prérequis**

Etre en situation de relation client ou supervision d'équipes en relation

**Méthodes mobilisées**

mises en situations  
test personnel

**Matériels pédagogiques**

Paperboard –  
vidéoprojecteur  
Distanciel : video  
présentiel ou accès  
à une plate-forme  
pour travail  
asynchrone

**Support et outils**

Fiches pratiques et  
classeur A5

**Encadrement**

Quizz préalable  
Débriefing préconisé  
avec le supérieur.

**Validation des acquis**

Quizz fin de session

## Renforcer sa relation client

### Objectif général de la formation

Acquérir les repères et outils essentiels pour mettre en place, renforcer ou entretenir une relation client source de fidélisation

#### Programme

#### Résultats attendus

##### Jour 1

Différence entre qualité réelle et qualité perçue – qualité d'un produit et qualité d'un service

Identification des comportements in / out renforçant / détériorant la qualité perçue

Process client, points de contact et moments de vérité

A la fin de la formation, les participants seront capables de :

Distinguer la qualité de service de la qualité d'un produit

Identifier et mettre en oeuvre les comportements d'excellence dans la relation client

##### Jour 2

Gérer une réclamation

L'attitude positive constructive face au client

Mettre en place un point client régulier – alimenter sa hiérarchie

Gérer une réclamation, un mécontentement

Mettre en place une relation client de confiance

**Durée totale :** présentiel – 2 jours – 14 heures  
distanciel – 4 x 2h30 + 2 x 2h – 14 heures

**Date(s), horaires et lieu :** à définir

**Tarif :** nous consulter