

Responsable Relation Client

1 - Définir le cadre de responsabilité du Responsable Relation Client

- Définir son périmètre d'action.
- Transversalité de la mission.

2 - Comprendre les comportements actuels des clients

- Les attentes du client "acteur"
- Connaître sa cible : utiliser les études.

3 - Cerner les enjeux de la relation client pour l'entreprise

- Différencier transaction commerciale et relation client.
- Distinguer satisfaction et fidélisation.
- L'enjeu économique de la préférence client.
- Le contexte de la transformation numérique.

4 - Maîtriser les bases du marketing relationnel

- Mesurer le capital client : valeur actuelle, potentielle et dans la durée.
- Segmenter : les clients à valeur.
- Cycle de vie du client, parcours client et expérience client : trois notions à distinguer.
- S'orienter "valeur pour le client".

5 - Positionner le "projet relation client" de son entreprise

- Définir ses objectifs Relation Client en lien avec la stratégie client de l'entreprise.
- Choisir les domaines où progresser.
- Concevoir un plan d'actions.
- Identifier les étapes visibles du projet.

6 Optimiser et coordonner les canaux de communication avec le client

- Les différentes stratégies cross-canal.
- Faciliter et enrichir l'expérience cross-canal du client.

7 - Dialoguer avec ses clients : les nouveaux outils

- La relation client digitale : web, mobile, médias sociaux, objets connectés.
- L'apport des médias sociaux : usages, atouts et limites.

8 - Organiser l'écoute de la Voix du Client

- Définir sa stratégie d'écoute client.
- Connaître les différents dispositifs d'écoute client.

9 - Du recueil de la Voix du Client à l'identification des attentes

- Distinguer les typologies d'attentes.
- Hiérarchiser les attentes des clients.
- Établir le diagramme des attentes sur le parcours client.

10 - Comprendre les spécificités des activités de service

- Ce qui fait la spécificité des activités de service.
- L'offre de services au client.

11 - Formuler une promesse de service attractive

- Fonder la promesse sur les attentes du client.
- Rédiger ses engagements de service.

12 - Tenir sa promesse de service : la maîtrise des processus

- Identifier les paramètres de l'expérience client.
- Comment garantir la satisfaction "du premier coup".

13 - Faire du traitement des réclamations un levier de satisfaction client

- Relayer la Voix du Client vers le top management.
- Manager la satisfaction client : la réclamation, un outil transversal.
- Démarche et outils du management des réclamations.

14 - Piloter le progrès continu de la qualité de service

- Vérifier l'application des standards de service : clients mystères, audits internes...
- Monter un plan d'actions de progrès : indicateurs, objectifs de progrès, plan d'actions, suivi.

6 jours