

# PROGRAMME DE FORMATION GESTION DE LA RELATION CLIENT

## PROGRAMME DÉTAILLÉ DE FORMATION

**Date du 30 janvier 2024**

**Prérequis :** Disposer d'une connexion internet & savoir se servir de l'outil informatique.

**Objectifs de la formation :** Le (la) titulaire est capable de :

- Gérer la relation client à distance dans ses dimensions relationnelles, service client de façon qualitative en utilisant des moyens de communication et systèmes d'informations adéquates que ce soit pour des appels entrants, sortants à visée de prospection, vente, assistance ou fidélisation
- Etablir des documents commerciaux en prenant en compte la législation de la vente à distance
- Lire des tableaux de bord avec indicateurs
- Gérer le système de facturation et le bon déroulement des processus administratifs et financiers du dossier client en adoptant une organisation rigoureuse
- Utiliser un outil CRM et de consultation des stocks
- Développer sa concentration et son sens de l'observation
- Mettre en œuvre une organisation administrative transverse au service de l'efficacité globale de l'entreprise
- Adapter les plannings en fonction contraintes
- Utiliser des tableurs, Lire des tableaux de bord et des indicateurs de suivi
- Utiliser une communication adaptée avec l'équipe

**Durée de la formation :** 1 mois / 16 heures

**Modalités et délais d'accès :** Date définie lors de l'inscription en formation. Accessible depuis ordinateur, tablette et smartphone. Accompagnement technique et pédagogique du lundi au vendredi de 9h à 17h par téléphone.

**Tarif :** 2500€

**Contact :** [contact@maformationsport.com](mailto:contact@maformationsport.com) - 01 89 16 50 10 - M. Sadji Yacine

**Modalités d'évaluation :**

- o 1 évaluation d'entrée en formation
- o 1 évaluation finale composée de 10 questions. 75% de réponses correctes permettent la validation.

**Accessibilité aux personnes handicapées :** Accessible aux personnes handicapées avec une déficience visuelle ou auditive ou physique.

**Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :** Plateforme de formation comprenant 16 vidéos conférences, 16 vidéos d'illustrations, 6 documents de cours écrits, 1 évaluation finale. 1 suivi personnalisé par Mail, Messenger & Visio-conférence.

**Moyens permettant de suivre l'exécution de la formation et d'en apprécier les résultats :**

- o 2 évaluations (1 quiz d'entrée en formation et 1 quiz de fin de formation)
- o 1 rendez-vous visio-conférence de bienvenue
- o 1 fiche de retour formation à renseigner par le stagiaire en fin de formation
- o 1 rendez-vous de suivi hebdomadaire personnalisé

**Organisation de la formation selon 6 Chapitres (détaillés en page 2)**

**Pour chaque chapitre :** 2-3 vidéos conférences, 1-2 vidéos d'exemples de séances et 1 support écrit.

## PROGRAMME DE FORMATION GESTION DE LA RELATION CLIENT

### ACTIONS DE FORMATION, LE DETAIL DES 6 CHAPITRES :

- **Chapitre 1 : Les enjeux de la relation client pour un entraîneur, animateur ou formateur sportif**  
Identifier les attentes du client, ses enjeux, ses contraintes  
Connaître les composantes de la relation client  
Adapter les qualités à développer  
Identifier les comportements à généraliser et les comportements à bannir
- **Chapitre 2 : Fluidifier la relation avec nos interlocuteurs :**  
Prendre conscience de nos modes de fonctionnement préférentiels : nos zones de confort, nos zones de maîtrise  
Identifier le profil de notre interlocuteur  
Adapter notre comportement et notre discours  
Gérer la diversité des profils
- **Chapitre 3 : Construire son argumentaire :**  
Définir et respecter les rôles face au client  
S'appuyer sur les attentes du client.  
Structurer sa démonstration  
Conclure
- **Chapitre 4 : Interagir avec nos clients :**  
Impliquer nos interlocuteurs  
Favoriser l'expression des ressentis  
Entendre, comprendre et accueillir les questions, craintes, résistances ... et enthousiasmes du client  
Prendre en compte les interrogations des clients  
Engager l'interlocuteur
- **Chapitre 5 : Interagir avec nos clients**  
Consolider la relation client  
Faire un point avec un client  
Traiter une réclamation  
Détecter de nouveaux besoins  
Présenter une offre complémentaire  
Faire de son client un ambassadeur
- **Chapitre 6 Développer sa culture Web 2.0 dans le contexte de la relation client :**  
Connaître le site Web et son utilisation comme outil de contact client.  
Savoir utiliser la gestion des données  
Adapter son style et son ton aux différents canaux  
Interagir sur les réseaux