



FORMAQUALY

formation · conseil



CATALOGUE DES FORMATIONS

ANGLAIS

RELATION
CLIENT

BIEN-ÊTRE

www.formaqualy.com



FORMAQUALY RELATION CLIENT



**« Pour fidéliser et satisfaire votre clientèle,
une relation client de qualité est indispensable. »**

FORMAQUALY est spécialisée dans la formation et le conseil de la relation client.

Nos différents modules ont été conçus pour optimiser l'efficacité et la compétitivité des entreprises soucieuses de la chaîne de valeur de la Relation Client dans tous les services.

Que votre marché soit BtoB ou BtoC, les acteurs de votre Service Client bien entendu, mais également ceux de la hotline technique, du service comptabilité recouvrement, de la logistique, de l'accueil ou du service commercial sont tous amenés à communiquer avec les clients par email, tchat ou téléphone...

♦ MODULES EMAIL

RC@1 Des écrits de qualité pour optimiser sa Relation Client

RC@2 Bien lire pour bien répondre aux demandes client

RC@3 Comment se constituer une bibliothèque de réponses type ?

RC@4 Veille de la qualité Web en CRC

♦ MODULES TELEPHONE

RCtel1 Accueil, qualité et efficacité au téléphone

RCtel2 Gérer les clients difficiles au téléphone

RCtel3 Relancer les impayés au téléphone en préservant la Relation Client

♦ MODULES TCHAT

Rct1 Tchat : Prise en charge et bonnes pratiques

Rct2 Augmentez les ventes en ligne grâce au tchat

**Si vous hésitez ou avez des questions,
n'hésitez pas à nous contacter !**

FORMATIONS RELATION CLIENT



PRÉSENTIEL EN INDIVIDUEL

Format : session de 3h30 (0,5 jour)
Mode : formation en individuel **AU POSTE DE TRAVAIL**
Rythme idéal : 2 séance(s) par semaine
Tarif : à partir de 100 € HT/h

PRÉSENTIEL EN BINÔME

Format : session de 3h30 (0,5 jour)
Mode : formation en groupe de 2 personnes
Rythme idéal : 2 séances par semaine
Tarif : à partir de 150 € HT/h

PRÉSENTIEL EN GROUPE

Format : session de 7h00
Mode : formation en groupe de 3 à 6 personnes
Tarif : à partir de 1500 € HT/jour

VISIOCONFERENCE en INDIVIDUEL ou COLLECTIF

Format/Mode/Rythme/Tarif :
identiques au présentiel



FORMAQUALY RELATION CLIENT/ RC@1

Des écrits de qualité pour optimiser sa Relation Client

Public : Tout public *

Pré-requis : Aucun

Durée : 2 jours soit 14 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ◆ Consolider sa relation client par des écrits professionnels de qualité
- ◆ Analyser les attentes de ses clients pour répondre avec justesse à leurs demandes
- ◆ Argumenter de façon structurée avec des liaisons appropriées
- ◆ Adapter sa rédaction au contexte et au support choisi pour être lu et compris

PROGRAMME

- ◆ **Cerner les enjeux de la relation client à l'écrit**
 - Comprendre sa mission, son rôle et la notion de client.
 - Analyser les difficultés de l'écriture : Vocabulaire, orthographe, conjugaison, lisibilité
 - Comprendre l'impact de l'écrit : Image perçue, traçabilité, certitude, recours ...
 - Positionnement : Analyser ses productions et son niveau de français grâce à des exercices de perception, de vocabulaire et de conjugaison.
- ◆ **Définir les comportements du client**
 - Repérer et analyser les attentes et l'évolution des attentes du client.
 - Essayer d'en déduire le comportement client et mieux le comprendre.
 - Répondre aux attentes du client en respectant les procédures internes.
 - Intégrer le comportement de «service client» comme faisant partie intégrante de la mission
 - Comprendre l'importance du choix des mots et de la ponctuation.
Exercice >>> Bien choisir les mots pour communiquer son intention.

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap

RELATION CLIENT



♦ La méthodologie sur les écrits

- Comprendre la demande : les enjeux, les objectifs du message et ceux de son destinataire.
- Analyser et comprendre la demande : choix des éléments de réponse et structuration du courrier.
- Intérêt d'une structure logique et aisée.
- Apprendre à argumenter de manière structurée. Rédiger pour être lu et compris.
- Quelques techniques pour commencer et conclure : reformulation et synthèse.
- Les mots à éviter.
- Guider le lecteur par une mise en forme pratique : connaître les principes de lisibilité.
- Se relire : les outils (forme, exactitude, contenu)

Exercice >>> Rédiger différents types d'écrits à partir des techniques acquises.

♦ Les incontournables de la qualité rédactionnelle

- Rappels de quelques règles grammaticales importantes de la langue française : être, avoir, participe passé, adjectifs,.
- Préparer : réfléchir avant d'écrire.
- Structurer sa pensée et élaborer un plan.
- Ecrire de façon claire, précise, concise.
- Vérifier l'impact de ses écrits : relire et faire lire au besoin.

Exercice >>> Travailler l'impact de différents types d'écrits.

♦ Écrit professionnel :

- Gérer les échanges téléphoniques professionnels courants avec confiance
- Échanger et vérifier les informations, prendre et laisser des messages

♦ S'entraîner et écrire son plan de progrès

- Définition des objectifs, des actions à mettre en oeuvre et des délais.

Exercice >>> Construire son plan personnel.



FORMAQUALY RELATION CLIENT/ RC@2

Bien lire pour bien répondre aux demandes client

Public : Tout public* gérant des courriels : Conseillers web, chargés de clientèle, secrétaires ...

Pré-requis : Aucun

Durée : 1 jour soit 7 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ◆ Consolider sa relation client par des lectures qui aboutissent à des écrits professionnels appropriés
- ◆ Analyser les attentes de ses clients pour répondre avec justesse à leurs demandes
- ◆ Adapter sa rédaction au contexte et au support choisi pour être lu et compris

PROGRAMME

- ◆ Cerner les enjeux de la relation client à l'écrit
 - Comprendre sa mission, son rôle et la notion de client.
 - Tous clients quelque part : analyser ses propres attentes en tant que client
 - Pyramide de la communication et part de l'écrit par rapport à l'oralExercice >>> Cas d'analyses d'écrits équivoques.
- ◆ Historique
 - Ecrits en Relation Client : ceux d'hier et ceux d'aujourd'hui
 - L'écrit est-il toujours considéré comme un contact asynchrone ?
 - Multiplicité des canaux de communication écrits : Email, tchat, réseaux sociaux...Exercice >>> Répondre rapidement
- ◆ La méthodologie sur les écrits
 - Sortir du contexte pour mieux prendre du recul sur une demande écrite
 - Anticiper les malentendus et vérifier les historiques
 - Analyser la demande et s'approprier à y répondre sans porter de jugementExercice >>> Recueil de questions client/réponses rédacteurs

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap



FORMAQUALY RELATION CLIENT/ RC@3

Comment se constituer une bibliothèque de réponse type

Public : Tout public* gérant des courriels : Conseillers web, chargés de clientèle, secrétaires ...

Pré-requis : Aucun

Durée : 1 jour soit 7 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ◆ Analyser et se préparer à répondre aux questions clients les plus fréquemment posées.
- ◆ Constituer une base de réponses type personnalisables pour uniformiser sa communication vers les clients.
- ◆ Organiser sa bibliothèque de façon claire et précise

PROGRAMME

- ◆ Introduction à l'utilisation d'une base de connaissance en entreprise : gain et intérêt
- ◆ Analyse de la communication de son entreprise / sa marque vers les clients (site web, emailing, faq, documentation papier...)
- ◆ Visualisation/ accès à la communication des concurrents et de différents secteurs d'activité
- ◆ Comprendre l'intérêt / le gain de temps d'utiliser une base de réponses type
Exercice >>> Rédaction d'une réponse à une question client
- ◆ Recueil des questions clients les plus fréquemment posées et identification précise des champs d'actions possibles (procédures internes)
Exercice >>> Elaboration d'un plan/d'une structure en grands thèmes et sous-thèmes
- ◆ Aide au choix de titres de réponses type éloquents et précis
- ◆ Identification des champs personnalisables au sein même des réponses type
- ◆ Rédaction des 10 principales réponses type

Module possible sur plusieurs jours en fonction des besoins
et du nombre de réponses type en jeu.

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap



FORMAQUALY
RELATION CLIENT/ RC@4

Veille de la qualité des écrits Web en CRC

Public : Tout public* gérant des courriels : Conseillers web, chargés de clientèle, secrétaires ...

Pré-requis : Aucun

Durée : 1 jour soit 7 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ◆ Mesurer la qualité de la communication écrite sortante de son service client
- ◆ Prendre conscience des points positifs à conserver et des points à améliorer
- ◆ Elaborer un plan d'actions de corrections

PROGRAMME

- ◆ Définition d'une réponse email de qualité sous forme d'atelier
- ◆ Etude de cas client et réflexions (les participants peuvent, s'ils le souhaitent, apporter leurs propres cas clients)
- ◆ Témoignages clients
- ◆ Analyse de son propre service client ou comment procéder pour mener à bien son étude
- ◆ Prise de recul sur l'organisation en place et les ressources mises à disposition
- ◆ Elaboration d'une grille de relecture d'email et d'analyse selon les éléments indispensables ayant trait à l'écrit et à la Relation Client
- ◆ Elaboration d'un programme de veille selon un agenda défini
- ◆ Elaboration d'un plan d'actions correctives en vue d'optimiser de façon pérenne la qualité des écrits mails de son service client

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap



« Quel que soit votre niveau, nous créons des programmes en phase avec vos objectifs pédagogiques, qu'ils soient personnels ou professionnels. »



FORMAQUALY RELATION CLIENT/ RCTÉL1

Accueil, qualité et efficacité au téléphone

Public : Tout public* en mission d'accueil ou en Relation Client au téléphone

Pré-requis : Aucun

Durée : 2 jours soit 14 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ◆ Accueillir les clients avec sourire, convivialité et qualité
- ◆ Maîtriser voix et intonation
- ◆ Identifier les différents besoins des clients
- ◆ Répondre de façon adéquate avec le vocabulaire approprié
- ◆ Fixer les limites de la communication en respectant l'interlocuteur
- ◆ Développer une réactivité essentielle à la gestion du média

PROGRAMME

- ◆ Les attentes et besoins des clients -impact d'un accueil de qualité
- ◆ Les bases de la communication téléphonique
- ◆ Attitudes et langage positif
- ◆ Perceptions et objectifs à atteindre
- ◆ **Partie introductive théorique**
 - Les attentes et besoins des clients – impact d'un accueil de qualité
 - Les différents motifs récurrents de contact
 - Les enjeux de la relation client : gestion des diverses demandes - infos, réclamations - satisfaction client, appels entrants et sortants
 - Les enjeux de la communication synchrone et téléphonique en particulier
 - Positionnement des stagiaires - écoutes d'enregistrements

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap

RELATION CLIENT



◆ Les bases de la communication téléphonique

Pour mieux comprendre et faire agir

- Rythme, Articulation, Volume, Intonation, Sourire
- Personnalisation, convivialité, politesse
- L'écoute active

◆ Attitudes et langage positif

Extraits de PNL

- Le langage positif et les temps utilisés
- Mots, phrases : le vocabulaire approprié
- Points clefs pour mettre en valeur l'action réalisée
- L'attitude pour convaincre

◆ Écrit professionnel :

- Gérer les échanges téléphoniques professionnels courants avec confiance
- Échanger et vérifier les informations, prendre et laisser des messages

◆ Synthèse et conclusion

Perceptions et objectifs à atteindre

- Amélioration des facultés d'écoute et du discours
- Prise de notes pour mieux connaître ses interlocuteurs
- Enregistrements téléphoniques et débriefs d'appels
- Ecoutes et analyses avec définition des axes de progrès individuels

◆ Exercices de perceptions, jeux de rôles et/ou débriefs d'appels réels



FORMAQUALY RELATION CLIENT/ RCTÉL2

Gérer les clients difficiles au téléphone

Public* : Assistant(e)(s) de direction / Secrétaire(s) / Conseiller(e)(s) téléphonique(s)/ Hotliners, chargés de clientèle, techniciens SAV, commerciaux

Pré-requis : Maîtriser les fondamentaux de la communication téléphonique

Durée : 2 jours soit 14 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ◆ Connaître les principes qui sous-tendent au traitement d'un client mécontent
- ◆ Utiliser les 4 qualités relationnelles pour atténuer les tensions
- ◆ Répondre aux remarques et objections des clients
- ◆ Faire face à une diversité de cas de clients mécontents
- ◆ Gérer vos émotions en situation de tension.

PROGRAMME

Les principes de la communication pour prendre conscience de son propre comportement et l'impact sur son interlocuteur

- ◆ La notion de filtre
- ◆ Les obstacles dans la perception de la réalité d'une situation
- ◆ Les principes de gestion de la réclamation client
- ◆ Les déclencheurs de l'agressivité
- ◆ L'échelle de l'agressivité
- ◆ Les conseils pour se protéger
- ◆ Les bons réflexes comportementaux

- ◆ Les bases de la communication en situation de tension
 - Les attitudes d'écoute active
 - La reformulation
 - Le schéma de la communication
 - La verbalisation des émotions
 - La pratique de l'empathie

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap

RELATION CLIENT



- ◆ **Les bons outils pour gérer les objections**
 - L'utilisation d'un langage approprié
 - Le questionnement

- ◆ **Les techniques de base pour gérer l'insatisfaction client**
 - La technique de la pacification
 - La technique de l'isolement
 - La trame de traitement d'une réclamation
 - Le malentendu
 - La technique du « transfert »
 - Savoir dire non

- ◆ **L'impact émotionnel dans une situation délicate**
 - La fonction utile des émotions
 - La prise en compte de l'impact et de l'intensité des émotions
 - Les moyens de gérer les émotions (acceptation, verbalisation)

- ◆ **Les techniques complémentaires pour faire face aux cas les plus délicats**
 - La technique de l'absurde pour faire face à des clients de mauvaise foi
 - La technique de l'exception
 - L'appel à l'autorité

- ◆ **Synthèse de la session**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement et les objectifs personnels qu'il se fixe
 - Conseils personnalisés donnés par le formateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



FORMAQUALY
RELATION CLIENT / RCTÉL3

Relancer les impayés au téléphone en préservant la Relation Client

Public* : Assistant(e)(s) / Secrétaire(s) comptables chargés des relances d'impayés

Pré-requis : Maîtriser les fondamentaux de la communication téléphonique

Durée : 2 jours soit 14 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

◆ **Les retards de paiement**

- Enjeux et état des lieux
- Les causes
- Conditions de règlement
- La problématique d'une relation commerciale à maintenir
- Accélérer les rentrées de trésorerie

◆ **Les techniques de communication commerciale appliquées au recouvrement et à la négociation**

- L'impact de l'outil téléphone pour le recouvrement
- Les clés de la communication au téléphone (écoute, expressions positives, les termes à éviter et les mots justes...)
- Être précis et concis
- Savoir répondre avec fermeté en préservant la relation

◆ **Efficacité de la relance**

- La préparation de l'entretien
- La connaissance du dossier client
- La maîtrise de l'entretien : structurer son entretien
- Le suivi

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap

RELATION CLIENT

STRUCTURE ET DÉROULEMENT DE L'ENTRETIEN DE RELANCE

- ◆ **Identifier, se présenter, argumenter et convaincre :**
 - Contourner les barrages et rechercher le bon interlocuteur
 - La présentation de l'objet de l'appel
 - L'identification des causes du retard : adapter son discours en fonction des causes

- ◆ **Organiser l'entretien phase par phase**
 - La phase de découverte
 - L'argumentation : les techniques de relance efficaces
 - Faire reconnaître les raisons de l'impayé
 - Savoir gérer un entretien conflictuel en préservant la Relation Client
 - Impliquer le client dans la recherche de solution

- ◆ **La conclusion**
 - Du concret
 - L'engagement du client
 - La validation
 - La prise de congés de façon positive
 - Préserver la Relation Client grâce à une démarche positive mais ferme
 - Structurer son entretien et organiser le suivi
 - Maîtriser les techniques liées à la relance d'impayés

PROGRAMME

- ◆ **Mises en situations, coaching**
 - Enregistrements téléphoniques / Écoutes et analyses avec définition des axes de progrès)



FORMAQUALY RELATION CLIENT/ RCT1

Tchat : Prise en charge et bonnes pratiques

Public* : Chargés de clientèle web dans un service de Relation Client

Pré-requis : Une bonne maîtrise de la langue française et une vitesse de frappe rapide

Durée : 1/2 journée soit 3.5 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ♦ **Au terme de la formation, les stagiaires seront capables de :**
 - Identifier les différents besoins des clients
 - Maîtriser les aspects fonctionnels du produit
 - Répondre de façon adéquate avec le vocabulaire approprié
 - Fixer les limites de la communication en respectant les procédures internes
 - Développer une réactivité essentielle à la gestion du média

PROGRAMME

- ♦ **Les attentes et besoins des clients**
 - Les différents motifs récurrents de contact
 - Les enjeux de la communication interactive discrète
 - Les enjeux de la relation client : gestion des diverses demandes - infos, réclamations- satisfaction client, coût de traitement, productivité
 - Extraits d'interviews de clients

- ♦ **Le rôle et les pratiques quotidiennes des utilisateurs**

Identification du rôle et des tâches récurrentes des chargés de clientèle

- Le rôle principal d'un conseiller de clientèle chargé de tchat
- La gestion de l'outil mis à disposition
- La rapidité, réactivité et vitesse de frappe
- Le vocabulaire et les tournures de phrases appropriés au média

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap

RELATION CLIENT



- ◆ **Les problématiques quotidiennes des utilisateurs**
 - Gérer plusieurs tchats en simultané
 - Gestion du volume des tchats en parallèle avec le volume entrant des autres médias : fax, courriers scannés, téléphone, emails...
 - La maîtrise de l'outil et du site internet
 - L'anticipation et la vérification des données
- ◆ **Les limites imposées par le média et les procédures internes**
 - Se fixer un délai de traitement/réponse court, approprié au média
 - Fixer des limites aux différents interlocuteurs (fond et forme)
 - Evaluer, identifier à quel moment la communication nécessite éventuellement une escalade vers un autre média (tél ou email par exemple)
 - Respecter et faire respecter les procédures internes liées à la confidentialité ou à la sécurité (le cas échéant)



FORMAQUALY RELATION CLIENT/ RCT2

Augmentez les ventes en ligne grâce au tchat

Public* : Chargés de clientèle web dans un service de Relation Client

Pré-requis : Une bonne maîtrise de la langue française et une vitesse de frappe rapide

Durée : 1/2 journée soit 3.5 heures

Certification : Aucune

Modalité d'évaluation : Evaluation qualitative en fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques : Démonstrations - cas pratiques - synthèse et évaluation des acquis

OBJECTIFS

- ◆ Utiliser le média Tchat pour booster ses ventes en ligne
- ◆ Connaître les attentes de ses clients pour mieux les servir
- ◆ Maîtriser le contenu de son site web
- ◆ Savoir mettre en avant ses produits et ses services
- ◆ Apporter un service de proximité grâce à un contact synchrone professionnel à ses clients
- ◆ Identifier ses champs d'action d'utilisateur en fonction de l'outil Tchat utilisé dans son service client et en tirer le maximum pour déclencher l'achat et faire des ventes additionnelles

PROGRAMME

- ◆ Etat des lieux de la maîtrise de son site web
 - Contenu (forme et fond)
 - Communication marketing
 - Ses produits
 - Ses services

*Moyens pédagogiques cf page 34 - Public en situation de handicap

RELATION CLIENT



◆ Etat des lieux de paramétrage de l'outil tchat implémenté du point de vue client

- Page de visualisation
- Disponibilité
- Emplacement des widgets
- Cerner les attentes et les besoins des clients qui utilisent ce contact synchrone de communication discrète écrite qu'est le tchat
- Aide à la navigation en ligne
- Besoin de conseil
- Envie de transposer l'environnement web en boutique virtuelle

◆ Identifier les produits et services phares du moment et analyser ses champs d'actions possibles

- Recueil des succès du moment
- Opérations et gestes commerciaux
- Faciliter la navigation du client internaute et utiliser un discours commercial subtil
- Aide humaine via un outil de communication synchrone
- Langage commercial court mais percutant et chaleureux
- Amener à la vente en apportant une aide de qualité et en utilisant des arguments forts
- Disponibilité active
- Utilisation de mots justes et positifs

◆ Support

- Une documentation est remise à chaque stagiaire en fin de session.