



# FORMAQUALY

formation · conseil



## CATALOGUE DES FORMATIONS

ANGLAIS

RELATION  
CLIENT

BIEN-ÊTRE

[www.formaqualy.com](http://www.formaqualy.com)



# FORMAQUALY

## A PROPOS DE L'ORGANISME

Formaqualy est un Organisme de Formation et de Conseil créé dans les Hauts De France par Magali Wierzbicki en 2008.

D'abord spécialisé en Anglais et en Relation Client, Formaqualy propose à présent, dans le cadre du Compte Personnel de Formation (CPF) ou du Plan de Formation aux salariés en entreprises, des formations professionnelles standards ou sur-mesure dans 5 secteurs différents : **l'Anglais, la Relation Client, le Bien Etre, le Design et le Web.**

Afin de dispenser des formations de qualité, Formaqualy travaille uniquement avec des **formateurs actifs et spécialisés dans un domaine de compétences.** Diplômés et expérimentés, nos formateurs sont des professionnels sympathiques et dynamiques plein d'humour et à l'écoute.

Les modules de formation sur-mesure sont conçus par notre ingénieure pédagogique et soumis à validation de nos clients avant la dispense des sessions. Le conseil est dispensé par un consultant proche du terrain avec une approche métier concrète et des solutions faciles à mettre en oeuvre.

### Pourquoi se former ?

Les formations en Anglais vous permettent d'améliorer votre aisance lors de situations professionnelles ou personnelles et d'attester de vos compétences linguistiques sur votre CV.

Les formations en Relation Client maximisent la satisfaction de vos clients tout en améliorant le confort des équipes sur le terrain.

Les formations en Bien Etre vous donnent outils et astuces pour vous sentir mieux au quotidien, à la maison comme sur le lieu de travail.

Les formations Design et Web sensibilisent à l'incontournable importance du visuel, boostent votre créativité tant en vous donnant les clés des logiciels les plus utilisés des graphistes.

**« Quel que soit votre projet de formation, n'hésitez pas à nous contacter pour en discuter ! »**

# SOMMAIRE DES FORMATIONS

## ANGLAIS

p4

## BIEN-ÊTRE

p32

## DESIGN

p14

MODULES EMAIL  
p16  
MODULES TELEPHONE  
p22  
MODULES TCHAT  
p28

## RELATION CLIENT

p14

MODULES EMAIL  
p16  
MODULES TELEPHONE  
p22  
MODULES TCHAT  
p28

## FORMATION ET HANDICAP

p34





# FORMAQUALY ANGLAIS

Formaqualy propose, dans le cadre du Compte Personnel de Formation (CPF) ou du Plan de formation aux salariés et aux entreprises, des formats professionnelles personnalisés.

- ◆ Formations éligibles au CPF
- ◆ Durée : Sur-mesure
- ◆ TOEIC ou LINGUASKILL à passer dans un centre agréé ETS GLOBAL ou CAMBRIDGE.
- ◆ Modalités : En présentiel (Hauts de France) ou en distanciel

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

Au terme d'une rapide analyse de besoin et de niveau, nous définissons votre programme et la méthode pédagogique adaptée, puis organisons avec vous votre formation (intensité souhaitée, planning des sessions, lieu d'intervention). Un ouvrage professionnel adapté à votre niveau et des passages de tests blancs TOEIC ou LINGUASKILL vous aideront à progresser en toute sérénité.

Formaqualy prépare à la certification de formations linguistiques éligibles au Compte Personnel de Formation (CPF). Le TOEIC ou LINGUASKILL vous permettront de faire des progrès rapidement et d'obtenir une certification reconnue et éligible CPF.

Le **TOEIC** est un test édité par ETS GLOBAL qui permet d'évaluer le niveau d'anglais d'un candidat par un score. Les questions des tests TOEIC simulent des situations de la vie réelle adaptées à l'environnement professionnel.

**Les tests Linguaskill, certifications de l'Université de Cambridge, ont remplacé les tests BULATS.** Ils permettent de prouver un niveau d'anglais aux recruteurs et employeurs ou dans l'enseignement supérieur (par exemple dans le cadre du diplôme d'ingénieur).

Linguaskill from Cambridge est une gamme de deux tests d'anglais innovants, rapides et fiables basés sur les compétences en langue (les language skills) utilisées dans les situations de la vie quotidienne.

**Linguaskill General** aborde les situations de la vie courante, professionnelle comme personnelle, tandis que Linguaskill Business traite plutôt des situations de la vie professionnelle administrative et commerciale

Les attestations de résultat fournissent un état des lieux précis et opérationnel des points forts et des axes d'amélioration du candidat, ainsi qu'un niveau CECRL (Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues) et une description des compétences.

# FORMATIONS LINGUISTIQUES



## PRÉSENTIEL EN INDIVIDUEL

Format : session de 2h00

Mode : formation en individuel

Rythme idéal : 1 à 2 séance(s) par semaine

Tarif : à partir de 50 € HT/h

## PRÉSENTIEL EN BINÔME

Format : session de 2h00

Mode : formation en groupe de 2 personnes

Rythme idéal : 1 à 2 séance(s) par semaine

Tarif : à partir de 60 € HT/h

## PRÉSENTIEL EN GROUPE

Format : session de 2h00

Mode : formation en groupe de 3 à 5 personnes

Rythme idéal : 1 à 2 séance(s) par semaine

Tarif : à partir de 70 € HT/h

## TÉLÉPHONE OU VISIOCONFÉRENCE EN INDIVIDUEL

Format : session de 30 minutes

Mode : formation en individuel

Rythme idéal : 2 à 4 séance(s) par semaine

Tarif : à partir de 45 € HT/h

## Niveau débutant / tout public \*/sans pré-requis

### OBJECTIFS

Permettre à l'apprenant de développer ses aptitudes à communiquer en anglais, de vaincre ses appréhensions et d'acquérir des connaissances grammaticales et lexicales de base.

### PROGRAMME

- ◆ Évaluation du niveau d'anglais
- ◆ Définition des objectifs particuliers de la formation
- ◆ Élaboration d'un programme de formation personnalisée
- ◆ Vocabulaire :
  - Acquisition du vocabulaire courant
  - Présentation et formule de politesse
  - Chiffres, date et heures
  - Localisation dans le temps et l'espace
- ◆ Grammaire et syntaxe
  - Pronoms démonstratifs possessifs et interrogatifs
  - Expressions de fréquence
  - Pronoms
  - Adjectifs
  - Le « question tag »
- ◆ Temps et conjugaison
  - Verbes irréguliers
  - Présent simple et présent progressif
  - Prétérit simple et futur
  - Voie passive
  - Modaux
- ◆ Expression orale
  - Pratique intensive de la langue orale
  - Mise en situation et jeux de rôle

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

## Niveau intermédiaire / tout public \*

### PRÉ-REQUIS

le stagiaire est capable de :

- ◆ Être autonome pour exécuter certaines tâches quotidiennes habituelles
- ◆ Comprendre le sens global des conversations entre autochtones et de textes ainsi que certains détails

### OBJECTIFS

- ◆ Réviser les connaissances grammaticales de base et lexicales en anglais
- ◆ Conforter la compréhension orale et écrite des principales situations de la vie quotidienne
- ◆ Progresser notablement en expression orale et écrite

### PROGRAMME

- ◆ Évaluation du niveau d'anglais
- ◆ Définition des objectifs particuliers de la formation
- ◆ Élaboration d'un programme de formation personnalisée
- ◆ Révision des structures grammaticales de base :
  - Pronoms démonstratifs possessifs et interrogatifs
  - Expressions de fréquence
  - Verbes usuels et formes irrégulières
  - Temps et conjugaison
- ◆ Vocabulaire et mises en situation :
  - Recevoir des invités
  - Voyager en pays anglophone
  - Exprimer son opinion
  - Rencontrer quelqu'un et parler de soi

## Niveau A1 découverte, tout public \*, sans pré-requis

### OBJECTIFS

- ◆ Comprendre des conversations simples en s'appuyant sur la grammaire de base
- ◆ Se présenter à partir du vocabulaire de tous les jours
- ◆ S'exprimer à l'oral et à l'écrit
- ◆ Établir le dialogue avec un interlocuteur anglophone à l'aide d'un lexique de base

### COMPÉTENCES LANGAGIÈRES

- ◆ Apprendre à connaître les structures grammaticales de base
  - Les articles définis, indéfinis, et l'article zéro
  - Les démonstratifs
  - Les adjectifs qualificatifs
  - L'expression de la possession
  - Les adjectifs numéraux et calculs
  - Les adverbes
  - Les auxiliaires modaux
  - Be et have
  - Be+ing ou la forme progressive
  - Do, auxiliaire ou simple verbe ?
  - Le mode impératif
  - Les mots interrogatifs
  - Les mots se terminant en -ing
  - Le nom
  - Les prépositions
  - Le présent simple
  - Les pronoms personnels
  - Exprimer la quantité
  - Le simple past
- ◆ Acquérir expérience et confiance en soi en utilisant ces structures dans des situations réelles
  - Gagner en vocabulaire clé, termes liés à l'identité et aux coordonnées
  - Connaître les Pays et les Nationalités en anglais



# ANGLAIS



## COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

S'initier à la pratique de l'anglais dans les situations professionnelles simples

### ◆ Relation commerciale :

- Apprendre ce qui est essentiel pour faire face aux situations simples du quotidien : se présenter, accueillir des personnes...
- Présenter son C.V. et interroger son interlocuteur sur son profil.

### ◆ Pratique du téléphone :

- Construire un lexique d'expressions et de vocabulaire type pour faire face aux appels de l'extérieur

### ◆ Écrit professionnel :

- Se familiariser avec les formulations clés pour se faire comprendre efficacement par email et fax dans les situations professionnelles quotidiennes

## VOCABULAIRE PROFESSIONNEL

Se familiariser avec un lexique de vocabulaire basique dans son univers professionnel :

- ◆ Vocabulaire lié à la fonction
- ◆ Vocabulaire lié au secteur d'activité

## Niveau A2, tout public \*, avec pré-requis niveau A1

L'apprenant comprend des phrases simples, des directives et des descriptions de la vie courante, mais n'emploie que des mots ou des expressions isolées, dans des phrases incomplètes, sans véritable contenu grammatical.

### OBJECTIFS

- ◆ Faire face à des situations professionnelles courantes
- ◆ Améliorer sa compréhension orale, écrite et sa prise de parole.
- ◆ Comprendre des phrases isolées et des expressions fréquemment utilisées en relation avec le monde professionnel.
- ◆ Communiquer dans un style simple et direct lors de tâches simples et habituelles
- ◆ Décrire son environnement immédiat et évoquer des sujets qui correspondent à des besoins immédiats

### COMPÉTENCES LANGAGIÈRES

- ◆ Élargir les connaissances des structures grammaticales de base
  - Les adjectifs numéraux et calculs
  - Les adverbes
  - Les articles définis
  - Les auxiliaires modaux
  - Be+ing ou la forme progressive
  - Les démonstratifs
  - Le mode impératif
  - Le discours indirect
  - Les mots se terminant en -ing
  - Les mots interrogatifs
  - L'expression de la possession
  - Le présent simple
  - Exprimer la quantité
  - Le simple past
  - Let et make
  - Tags et réponses courtes
  - Be et Have
  - La traduction d' «il y a»
- ◆ Acquérir expérience et confiance en soi en utilisant ces structures dans des situations réelles
  - Gagner en vocabulaire clé, termes liés à l'identité et aux coordonnées
  - Connaître les Pays et les Nationalités en anglais

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

# ANGLAIS



## COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Se familiariser à la pratique de l'anglais dans les situations professionnelles quotidiennes

- ◆ **Relation commerciale :**
  - Gérer les présentations, parler de sa société et de ses responsabilités
- ◆ **Pratique du téléphone :**
  - Apprendre et mettre en pratique le vocabulaire et les expressions essentiels pour faire face aux appels de l'extérieur, passer des appels simples, prendre des messages
- ◆ **Écrit professionnel :**
  - Rédiger des e-mails et des fax professionnels courants en utilisant la formulation et le vocabulaire appropriés pour gérer les situations professionnelles de base
- ◆ **Réunion :**
  - Comprendre l'essentiel d'une réunion et y participer au niveau le plus simple
  - Se présenter, parler de son rôle et de ses responsabilités, poser des questions

## VOCABULAIRE PROFESSIONNEL

Se familiariser avec un lexique de vocabulaire basique dans son univers professionnel :

- ◆ Vocabulaire lié à la fonction
- ◆ Vocabulaire lié au secteur d'activité

## Niveau B1, tout public \*, avec pré-requis niveau A2

L'apprenant possède les compétences fondamentales pour communiquer et comprendre l'anglais, mais il peut grandement améliorer tous les aspects de ses connaissances.

### OBJECTIFS

- ◆ Atteindre un seuil d'autonomie en anglais dans un usage professionnel du quotidien.
- ◆ Se débrouiller dans la plupart des situations rencontrées en immersion dans un contexte général
- ◆ Comprendre et produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers et dans ses domaines d'intérêt.
- ◆ Narrer un événement, une expérience, exposer un objectif, un projet

### COMPÉTENCES LANGAGIÈRES

- ◆ **Consolider les structures grammaticales intermédiaires**
  - Be going to
  - Les auxiliaires modaux
  - Be+ing ou la forme progressive
  - Le discours indirect
  - Les mots interrogatifs
  - L'expression de la possession
  - Les pronoms personnels
  - Le présent simple ; Le simple past ;
  - Le present perfect ;
  - Le pluperfect ou past perfect
  - Verbes irréguliers
  - Verbes à particules
  - Exprimer la quantité
  - Les phrases exclamatives
  - Les tags et réponses courtes
  - Les substituts modaux
  - La voix passive
  - Les structures interrogatives
- ◆ **Acquérir expérience et confiance en soi en utilisant ces structures dans des situations réelles**

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

# ANGLAIS



## COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Consolider les compétences de base et commencer à devenir opérationnel dans les situations professionnelles quotidiennes.

### ◆ Relation commerciale :

- Préparer et effectuer des présentations courantes
- Souhaiter la bienvenue, parler de sa société, présenter une idée, un processus ou un projet, répondre aux questions, employer des mots de liaison, résumer et conclure.

### ◆ Pratique du téléphone :

- Apprendre et mettre en pratique le vocabulaire et les expressions essentiels pour faire face aux appels de l'extérieur, passer des appels simples, prendre des messages

### ◆ Écrit professionnel :

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

### ◆ Réunion :

- Construire les compétences nécessaires pour participer aux réunions avec confiance
- Se présenter, présenter un sujet, demander une clarification, interrompre celui qui parle et exprimer son point de vue
- Donner un avis, exprimer un accord ou un désaccord, faire une suggestion, accepter ou refuser une idée

## VOCABULAIRE PROFESSIONNEL

Se familiariser avec un lexique de vocabulaire basique dans son univers professionnel :

### ◆ Vocabulaire lié à la fonction et au secteur d'activité



## Bien manger pour se sentir mieux au travail

**Public\*** : Tout public\* (\*y compris les salariés en situation de handicap sous réserve que la salle de formation mise à disposition par le client pour la session soit accessible aux personnes à mobilité réduite. Nous prévenir en cas de salariés sourds ou malentendants)

**Groupe** : 6 salariés maximum

**Pré-requis** : Aucun

**Durée** : 7h (2/3 sur site et 1/3 à distance)

**Session hybride** : Collective en présentiel avec suivi individuel à distance

**Intervenante** : Formatrice Diététicienne diplômée d'Etat

**Lieu d'intervention** : Session en INTRA sur site client

**Modalités et moyens pédagogiques** : Méthode participative et interactive

### OBJECTIFS

◆ Pour l'entreprise :

- Contribuer au bien-être du salarié
- Améliorer le moral des équipes et par là-même leur motivation
- Augmenter la performance du personnel
- Améliorer la productivité en changeant les habitudes alimentaires au travail

◆ Pour le salarié :

- Prendre conscience de l'importance de l'alimentation pour le bien-être quotidien
- Comprendre comment optimiser son énergie
- Connaître les fausses croyances
- Obtenir des idées pour manger sainement quand on n'a pas le temps
- Obtenir un bilan personnalisé sur sa relation à l'alimentation

### LIVRABLE

- ◆ Remise d'une attestation individuelle de suivi de formation en fin de session
- ◆ Remise du support de cours (format pdf) et d'un livret recette (format pdf)
- ◆ Remise du suivi personnalisé à chaque participant

# BIEN-ÊTRE




## PROGRAMME

- ◆ **Pourquoi on mange ? (durée 1h45)**
  - Analyser son comportement alimentaire, ses habitudes
  - Identifier les sensations alimentaires
  - Gérer ses émotions par un autre biais que l'alimentation
  
- ◆ **Equilibre alimentaire (durée 1h45)**
  - Rôles des aliments sur le corps et la santé
  - Astuces pour composer des repas simples, sains et équilibrés
  - Les croyances alimentaires : Parlons-en !
  
- ◆ **Repas thérapeutique (durée 1h30)** (si possible sur le lieu de travail du salarié)
  - Appliquer les bonnes conduites
  - Manger en pleine conscience
  
- ◆ **Suivi individuel (durée 2h)** (strictement confidentiel et à distance )
  - Calcul d'IMC
  - Détection des mauvaises habitudes
  - Objectifs individuels
  - Conseils et recommandations ciblés et personnalisés
  
- ◆ **Quizz et questionnaire à remplir par chaque participant (durée 1h)**
  
- ◆ **Entretien téléphonique personnalisé avec chaque participant (durée 30mn)**
  
- ◆ **Consultation des conseils et recommandations personnalisés de chaque participant (durée 30mn)**

**BIEN-ÊTRE : Bien manger pour se sentir mieux au travail**

Tarif session : 1500 € HT



**« Parce que le visuel de nos jours est primordial »**

Profesionnelles ou personnelles, les formations en designs graphiques de Formaqually, sont animées par des formateurs/designer d'expérience et actif. Leurs expériences c'est la meilleure des formations, c'est pourquoi nos formateurs ne sont uniquement que des actifs passionnés et professionnels.

Communiquez avec les bons outils, le bon raisonnement et la bonne approche !

◆ **CULTURE GRAPHIQUE**

**D.CP** Comprendre le design, ses notions de bases et différentes perceptions

◆ **ADOBE PHOTOSHOP**

**D.PH** Formation basique à photoshop

◆ **ADOBE ILLUSTRATOR**

**D.AI** Formation basique à Illustrator

◆ **ADOBE INDESIGN**

**D.IN** Formation basique à Indesign

◆ **ADOBE AFTER EFFECTS**

**D.AF** Formation basique à After Effects

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



# FORMATIONS DESIGN



## PRÉSENTIEL EN INDIVIDUEL

Format : session de 7h00

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 7h00

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

## DISTANCIEL en INDIVIDUEL ou COLLECTIF

Format/Mode/Rythme/Tarif :  
identiques au présentiel

## CULTURE GRAPHIQUE - De l'imaginaire à la conception

**Public\*** : Tout public\* (\*y compris les salariés en situation de handicap sous réserve que la salle de formation mise à disposition par le client pour la session soit accessible aux personnes à mobilité réduite. Nous prévenir en cas de salariés sourds ou malentendants)

**Groupe** : 6 personnes maximum

**Pré-requis** : Connaitre l'environnement informatique (Traitement de texte,..)

**Durée** : 7h

**Session** : Collective en présentiel ou à distance

**Intervenant** : Designer Sénior

**Modalités et moyens pédagogiques** : Méthode participative et interactive

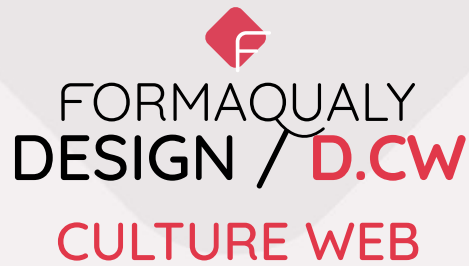
Tout le monde possède les compétences fondamentales pour communiquer, mais on peut en améliorer certains aspects pour bien clarifier son message. Par le biais de la typographie et de polices de caractère, apprenons à être clair et créatif avec un seul outil, les mots.

### OBJECTIFS

- ◆ Comprendre le design et la créativité
- ◆ Faire de meilleurs choix de mise en page
- ◆ Structurer son message
- ◆ Comprendre l'interprétation de chacun
- ◆ Exprimer une émotion

### PROGRAMME

- ◆ La typographie
  - Qu'est-ce que c'est ? A quoi ça sert ?
  - L'objectif d'une police de caractère
- ◆ Typographie et image de marque
- ◆ Bonnes pratiques
  - Choisir une police
  - De quoi je parle et pour qui ?
- ◆ Atelier



FORMAQUALY  
DESIGN / D.CW  
CULTURE WEB

**Public\*** : Tout public\* (\*y compris les salariés en situation de handicap sous réserve que la salle de formation mise à disposition par le client pour la session soit accessible aux personnes à mobilité réduite. Nous prévenir en cas de salariés sourds ou malentendants)

**Groupe** : 6 personnes maximum

**Pré-requis** : Connaitre l'environnement informatique (Traitement de texte,..)

**Durée** : 7h

**Session** : Collective en présentiel ou à distance

**Intervenant** : Designer Sénior

**Modalités et moyens pédagogiques** : Méthode participative et interactive

Tout le monde possède les compétences fondamentales pour communiquer, mais on peut en améliorer certains aspects pour bien clarifier son message. Par le biais de la typographie et de polices de caractère, apprenons à être clair et créatif avec un seul outil, les mots.

## OBJECTIFS

- ◆ Comprendre le design et la créativité

## PROGRAMME

- ◆ La typographie
  - Qu'est-ce que c'est ? A quoi ça sert ?
  - L'objectif d'une police de caractère

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



FORMAQUALY  
DESIGN / D.PH  
ADOBE PHOTOSHOP

**Public\*** : Tout public\*

**Groupe** : 6 personnes maximum

**Pré-requis** : Etre à l'aise avec l'environnement informatique

**Durée** : 5 jours soit 35h

**Session** : Collective en présentiel ou à distance

**Intervenant** : Designer Sénior

**Modalités et moyens pédagogiques** : Méthode participative et interactive

**Retoucher, créer, designer vos visuels avec Photoshop que l'on ne présente plus.  
Comprende comment l'utiliser en alliant présentation et atelier ludique c'est  
l'objectif de cette formation !**

**Photoshop est la porte d'entrée du monde Adobe... Alors Let's design !**

## OBJECTIFS

- ◆ Comprendre le fonctionnement du logiciel
- ◆ Retoucher un visuel
- ◆ Réaliser un photo-montage
- ◆ Utiliser des effets
- ◆ Produire ses designs
- ◆ Etre à l'aise avec les différents supports (digital/print)

## PROGRAMME

- ◆ Découvrir l'interface
  - Les formats
  - Les outils
  - Les palettes de fonction
  - Les menus

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



FORMAQUALY  
DESIGN / D.PH  
ADOBE PHOTOSHOP

◆ **Propriétés de l'image**

Enregistrement et exportation  
Résolution et taille  
Modes et profils colorimétriques

◆ **Sélection et techniques de détourage**

Outils de sélection  
Plume de Bézier et tracés  
Améliorer les contours

◆ **Les calques**

Méthodes de création et gestion des calques  
Calques de réglages  
Masques de fusion/Masques d'écrêtage  
Les styles de calques  
Les calques vectoriels  
Les calques de texte

◆ **La retouche d'image**

Techniques de transformation et déformation non destructives  
Outils de retouche (tampon, correcteur, pièce, densité...)  
Galerie d'effets d'éclairage  
Galerie d'effets de flous  
Filtre de fluidité et point de fuite

◆ **Automatisation (scripts, traitement par lot)**

◆ **Exporter pour le digital et le print**

◆ **Ateliers tous les jours**

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



FORMAQUALY  
DESIGN / D.IL

## ADOBE ILLUSTRATOR

**Public\*** : Tout public\*

**Groupe** : 6 personnes maximum

**Pré-requis** : Etre à l'aise avec Photoshop et/ou l'environnement informatique

**Durée** : 5 jours soit 35h

**Session** : Collective en présentiel ou à distance

**Intervenant** : Designer Sénior

**Modalités et moyens pédagogiques** : Méthode participative et interactive

**Bienvenue dans le monde du dessin vectoriel !**

Illustrator, logiciel de design majeur de la suite Adobe avec ses courbes de béziers et autres puissants outils de dessin... Maîtrisez les pour libérer vos idées !


### OBJECTIFS

- ◆ Comprendre le fonctionnement du logiciel
- ◆ Designer des supports de communications
- ◆ Créer des illustrations
- ◆ Etre à l'aise avec les différents supports (digital/print)

### PROGRAMME

- ◆ Découvrir l'interface
  - Les formats
  - Les outils
  - Les palettes de fonction
  - Les menus

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

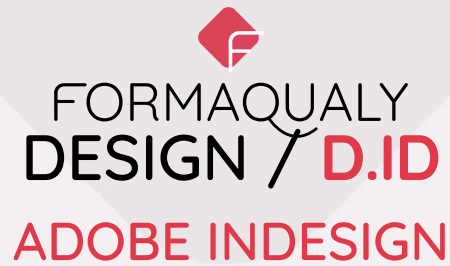


FORMAQUALY  
DESIGN / D.IL

## ADOBE ILLUSTRATOR

- ◆ **Créer et paramétrer un document**
- ◆ **Concevoir et gérer des tracés vectoriels**
  - Outils de dessin
  - Gestion des tracés et des points vectoriels
  - Pathfinder
  - Masque d'écrêtage et tracés transparents
- ◆ **Les différents mode de remplissage**
  - Création et gestion des couleurs
  - Dégradés de couleurs
  - Motifs et textures
  - Couleurs dynamiques
- ◆ **Le texte**
  - Les différents mode Texte (texte captif, texte curviligne..)
- ◆ **Finalisation du document**
- ◆ **Exporter pour le digital et le print**
- ◆ **Ateliers tous les jours**

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



FORMAQUALY  
DESIGN / D.ID  
ADOBE INDESIGN

**Public\*** : Tout public\*

**Groupe** : 6 personnes maximum

**Pré-requis** : Etre à l'aise avec Photoshop et/ou Illustrator et/ou l'environnement informatique

**Durée** : 4 jours soit 28h

**Session** : Collective en présentiel ou à distance

**Intervenant** : Designer Sénior

**Modalités et moyens pédagogiques** : Méthode participative et interactive

Un magazine, une brochure ou un simple flyer ! Indesign est le logiciel optimisé pour la mise en page de vos supports de communications.  
Optimisez votre workflow Adobe avec Indesign !

## OBJECTIFS

- ◆ Comprendre le fonctionnement du logiciel
- ◆ Designer des supports de communication
- ◆ Etre à l'aise avec les différents supports (digital/print)

## PROGRAMME

- ◆ Découvrir l'interface
  - Les formats
  - Les outils
  - Les palettes de fonction
  - Les menus

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



◆ **Créer et paramétrer un document**

◆ **Document et flux de production**

Options du document (marges, fond perdu, vis à vis...)

Les pages et gabarits

Organiser les calques et les variantes de mise en page

◆ **Texte et typographie**

Les blocs de texte

Styles de caractères

Styles de paragraphe

◆ **Les images**

Importation des images

Les blocs images

◆ **Finalisation et contrôle du document**

◆ **Exporter pour le digital et le print**

◆ **Ateliers tous les jours**

## ADOBE AFTER EFFECTS



**Public\*** : Tout public\*

**Groupe** : 6 personnes maximum

**Pré-requis** : Etre à l'aise avec Photoshop et Illustrator

**Durée** : 4 jours soit 28h

**Session** : Collective en présentiel ou à distance

**Intervenant** : Designer Sénior

**Modalités et moyens pédagogiques** : Méthode participative et interactive

**Le Motion Design avec After Effects c'est toucher à l'outil le plus puissant pour animer votre créativité ! Donner vie a des créations graphiques est la suite logique de tout Designer et c'est ici que ça bouge !!!**

### OBJECTIFS

- ◆ Comprendre le fonctionnement du logiciel
- ◆ Comprendre l'animation d'objet (motion design)
- ◆ Concevoir et animer des créations graphiques
- ◆ Etre à l'aise avec les différents formats de sortie vidéo

### PROGRAMME

- ◆ Découvrir l'interface

Les formats

Les outils

Les palettes de fonction

Les menus

## ADOBE AFTER EFFECTS

- ◆ **Créer et paramétrer une production**

- ◆ **Créer des animations**

Découvrir les fondamentaux de l'animation  
Méthode d'animation  
Organiser son projet  
Animation de vidéos et audios

- ◆ **La vitesse**

Les différents modes de gestion de la vitesse

- ◆ **Les calques**

Les différents calques

- ◆ **Les masques**

Les différents masques


- ◆ **Réaliser un teaser**

Importer des éléments vidéo et audio  
Animer un contenu  
Exporter son projet


- ◆ **La vidéo et ses formats**

Les différents formats (SD, HD, Ultra HD, 4K)  
Etre à l'aise avec les différentes normes et leurs particularités  
Utiliser à bon escient les formats en tenant compte des contraintes de diffusion

- ◆ **Ateliers tous les jours**



# 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'apprêter 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.



# FORMAQUALY HANDICAP ET FORMATION

---

FORMAQUALY intervient principalement sur site client en INTRA.

Les clients qui ont des salariés en situation de handicap mettent en oeuvre des organisations matérielles adéquates pour que les sessions de formation soient bien accessibles à leurs salariés handicapés.

Si une personne en situation de handicap venait à solliciter FORMAQUALY pour une formation, FORMAQUALY étudierait la demande en fonction du handicap de la personne.

Le siège FORMAQUALY n'est pas en mesure d'accueillir des personnes à mobilités réduites et n'accueille aucun public.

FORMAQUALY ne peut pas non plus adapter la pédagogie aux personnes malvoyantes ou malentendantes participant à ses formations en face à face mais peut réorienter ces personnes vers d'autres organismes de formation qui ont ces ressources humaines et ces compétences nécessaires.

En ce qui concerne les formations en visioconférence, elles sont accessibles aux participants à mobilité réduite équipés d'un ordinateur, du son, d'une webcam et d'une connexion internet. Ces sessions ne sont malheureusement pas adaptées à 100% aux personnes malentendantes ou malvoyantes. Formaqualy ne pourrait dispenser que des cours de conversation de langue anglaise par téléphone à une personne malvoyante.

## LES CERTIFICATIONS ET LE HANDICAP

À l'issue des formations en anglais, les participants peuvent passer une certification.

La plupart des partenaires certificateurs offrent des possibilités d'adaptation lors du passage des certifications.

En synergie avec eux, FORMAQUALY oriente et adapte au mieux les sessions pour offrir aux apprenants en situation de handicap la meilleure solution possible :

TOEIC : ETS GLOBAL dispose d'une mission handicap.

La plupart de leurs centres sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Il existe désormais pour le CPF le TOEIC en autonomie que l'on peut passer chez soi.

# HANDICAP ET FORMATION



Pour les personnes malvoyantes ou malentendantes, il existe plusieurs adaptations possibles : temps additionnel, impression du fascicule en A3, possibilité d'être assisté ou de ne passer que la partie compréhension orale...

Particulièrement adapté aux contraintes liées aux nouvelles règles de distanciation physique, Linguaskill Anywhere a été développé pour que chaque utilisateur puisse bénéficier de la fiabilité reconnue du test Linguaskill depuis son salon, son bureau, avec l'ordinateur de son choix.

## LE CPF ET LE HANDICAP

Comme tout salarié du privé, les personnes en situation de handicap peuvent cumuler des droits sur le Compte personnel de formation (CPF).

Une personne d'au moins 16 ans admise en établissements et services d'aide par le travail (ESAT) qui a conclu un contrat de soutien et d'aide par le travail, bénéficie d'un Compte personnel de formation.

À compter de l'alimentation au titre de l'année 2019, le montant annuel du crédit du Compte personnel de formation (CPF) est majoré à 800 euros par année d'admission à temps plein ou à temps partiel (au lieu de 500 €), dans la limite d'un plafond total de 8 000 euros) pour les personnes en situation de handicap.

## POUR TOUT RENSEIGNEMENT, S'ADRESSER À :

### L'AGEFIPH

192 Avenue Aristide Briand,  
92226 Bagneux.  
[www.agefiph.fr](http://www.agefiph.fr)

### CAP EMPLOI 75

43bis Rue d'Hautpoul, 75019 Paris.  
Téléphone : 01 44 52 40 60



# FORMAQUALY

formation · conseil

Organisme de formation déclaré depuis 2008



Tél. +33(0)6 79 27 39 82  
[magali@formaqualy.com](mailto:magali@formaqualy.com)