**PROGRAMME DE FORMATION :**

**satisfaction de la clientèle**

**Client :** Nom des clients

**Période de formation :** Période de formation et nombre d’heures et de jours de formation

**Durée de formation :**  combien de temps dure la formation en jour ou en heure

**Objectif :** que va être capable de faire votre client à l’issue de la formation ? Quelles compétences, métier, ou savoir va-t-il acquérir, dans quelles circonstances va-t-il pourvoir les mettre en œuvre.

**Public visé :** Qui sont les personnes visées par cette formation ?

**Prérequis :** Quelles sont les connaissances de base pour suivre ses formations ?

**Moyen et modalité :** Comment se déroule la formation ? Que de la théorie dans une salle, ou de la pratique dans une salle, ou de la pratique dans un endroit prévu à cet effet.

**Évaluation :** Méthode d’évaluation choisie : sous quelle forme le client valide ses connaissances.

**Lieu :** Lieu de la formation ou espace de connexion à disposition des clients.

**Formateur :** Qui est le formateur, et quelles sont ses compétences ?

Dans les formations en ligne, il faut mettre en avant les compétences des personnes responsables du suivi de l’élève. Cela peut être le formateur ou une autre personne.

**Coordonnés de contact du formateur (si en formation en ligne) :**

Dans les formations en ligne, il faut indiquer comment le client peut contacter le formateur ou la personne en charge de son suivi.

**Modalité de contact du formateur ( si formation en ligne ) :**

Dans une formation en ligne, il faut expliquer comment le formateur / accompagnateur peut être contacté. Quelles périodes de contact, quels outils (chat, forum, mail, etc.) et sous quels délais il doit répondre.

**Méthode de suivi pédagogique si formation en ligne :**

Dans une formation en ligne, il y a obligatoirement un suivi pédagogique. Il faut donc expliquer comment vous allez le mettre en œuvre. Exemple : regroupement toute les semaines dans une classe, sur une web-conférence.

**Lieu au cas où le client n’a pas accès à internet (si formation en ligne) :**

Il faut pouvoir donner un lieu où le client va pouvoir aller se connecter pour suivre la formation s’il n’a pas internet chez lui.

**Objectif :**

* Développer un état d’esprit orienté client.
* S’approprier ses responsabilités dans la bonne délivrance du service au client
* Entrer en contact de façon efficace et valorisante.
* Faire face positivement au client insatisfait.
* Identifier les causes de l’insatisfaction.
* Apporter une solution au client

Connaissance de l’entreprise et de son environnement

La méthodologie

La formation alterne théorie, pratique, mises en situation et jeux de rôle

1. **Développer la satisfaction client au quotidien**
* Comprendre les enjeux et intégrer la dimension « capital client » dans les missions quotidienne.
* L’importance de la dimension humaine dans les relations.
* Comment anticiper les besoins des clients.
* Comment personnaliser sa relation avec les clients.
1. **Développer un état d’esprit orienté client**
* Les enjeux de la satisfaction des clients.
* Comment le client nous perçoit.
* Quelles sont les attentes de la clientèle dès l’ouverture des portes.
1. **Satisfaction et expérience client**
* Viser une expérience client réussie.
* Connaitre et détecter les sources d'insatisfaction et de satisfaction client.
* Distinguer qualité de service et qualité de la relation humaine avec le client.
* Situer son rôle et sa mission dans la chaîne des contacts entre le client et l'établissement.
1. **Offrir une image positive de soi, de son service, de son entreprise**
* Soigner sa qualité de présentation pour renvoyer une image positive de l’entreprise
* Être soi-même tout en incarnant l’image de son entreprise.
1. **Faire face avec professionnalisme et empathie aux exigences des clients.**
* Accueillir avec sourire et empathie les demandes du client.
* Poser les bonnes questions pour suggérer les services.
* Reconnaitre les clients pour établir une relation one to one.
1. **Accueillir de manière constructive le mécontentement pour mieux fidéliser les clients.**
* Détecter et analyser en finesse la source du mécontentement.
* Se montrer réactif pour trouver une solution acceptable pour le client et pour l’entreprise.
* Valider la restauration de la satisfaction client en fin d’entretien.
* Remonter en interne les sources d'insatisfaction pour mieux les prévenir.