



GERER LES COMPORTEMENTS DIFFICILES EN ACCUEIL CLIENT (TELEPHONIQUE ET PHYSIQUE)

Référence CLIACC04

Fiche de formation sur mesure

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Vos collaborateurs ont régulièrement à faire face à des comportements clients difficiles : énervements et emportements verbaux, intimidations et menaces verbales et physiques, agressions physiques). Les raisons sont nombreuses, variées, et souvent inattendues : impatiences, stress et irritations de la vie quotidienne, malentendus, incompréhensions d'exigences techniques ou des normes sanitaires COVID19, etc.

Le stress vécu par vos collaborateurs entraîne une double conséquence négative : il les empêche de gérer professionnellement la situation de tension (la qualité du service chute), et il les déstabilise jusqu'à souvent les épuiser.

BENEFICES DE LA FORMATION

Vos collaborateurs acquièrent les méthodes et techniques de gestion des situations difficiles pour maintenir la qualité d'accueil professionnelle requise, et pour retrouver leur sérénité face aux clients difficiles.

Cette formation aux techniques de gestion des comportements difficile en accueil téléphonique et physique est donc un investissement indispensable à votre entreprise.



A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir reconnaître les mécanismes, causes et facteurs favorisant les comportements difficiles des clients en accueil téléphonique et physique ;
- Maîtriser les bonnes pratiques de gestion des situations délicates et des comportements difficiles en accueil téléphonique et physique ;
- Savoir accueillir, informer, expliquer, conseiller, désamorcer, apaiser, etc. en ambiance tendue.

Public concerné

- Assistantes, hôtes / hôtesse ;
- Tout collaborateur qui accueille les visiteurs de l'entreprise.

Prérequis

- Avoir les connaissances de base des principes de l'accueil.

Durée

- 2 journées (14h).

Les + pédagogiques de la formation :

- Consultant formateur expert en gestion des relations difficiles, gestion du stress, expression orale et gestuelle d'apaisement de tensions et conflits, spécialiste du contexte commercial ;
- Questionnaire détaillé des attentes avant la formation pour intégration des préoccupations dans les jeux de rôle ;
- Utilisation de cas fournis par les participants ;
- Travail sur la boîte à outil complète avec jeux de rôle sur les comportements difficiles (téléphone et physique) ;
- Démonstrations interactives ;
- Mises en situation d'accueil téléphonique et physique ; 3/4 d'exercices pratiques ;
- Apprentissage par la mise en situation répétée ;
- Feedbacks bienveillants et prise en compte constante du contexte des participants ;
- Contact direct avec le consultant expert en direct ; en amont, pendant et en aval de la formation ;
- 6 mois de hotline personnelle pour chaque participant(e).
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.
- A l'issue, les participants reçoivent :
 - o Un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés ;
 - o Leurs enregistrements audios en référence future.

EXEMPLE D'APPLICATION

Fabienne et Aymar accueillent quotidiennement les clients de l'entreprise tout en répondant aux appels téléphoniques. Ils le font depuis respectivement 5 et 2 ans, ce qui leur donne globalement le sentiment de contrôler cet accueil. Cependant, leur tâche n'est pas toujours facile car ils doivent régulièrement faire face à des attitudes et comportements difficiles de la part de certains clients.

Ces attitudes et ces comportements difficiles les stressent de plus en plus et les empêchent d'être totalement disponibles pour un accueil de qualité.

En effet, ils n'ont jamais été formés à la gestion des tensions en relation client. Ils ont bien sûr développé tant bien que mal des moyens d'y faire face, et ont adopté des stratégies instinctives pour y faire face. Mais ils ont le sentiment de manquer de repères précis et solides, de techniques éprouvées, fiables, sur lesquelles ils pourraient s'appuyer en toute confiance.

C'est pour pallier ce sentiment de manque et pour avoir plus confiance en elles qu'ils ont demandé à leur responsable de pouvoir suivre une formation. Une formation spécifique, qui leur donnerait enfin les moyens de faire face à ces comportements difficiles, et contribuer à l'amélioration des standards de qualité d'accueil.

Leur responsable les a inscrits en priorité à la prochaine session de formation offerte par Face-Client.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
15-17 rue Scribe
F-75009 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PROGRAMME COMPLET

Répartition

- Comprendre les mécanismes et causes des comportements difficiles : 1/4 de la durée de la formation ;
- Savoir gérer efficacement les comportements clients difficiles : 3/4 de la durée de la formation.

1. MECANISMES ET CAUSES DES COMPORTEMENTS DIFFICILES

Savoir-faire et savoir-être dans la relation professionnel ↔ client

- Les clients : leurs attentes, attitudes et états d'esprit vis-à-vis de vos services

Rôle de l'hôte / hôtesse en gestion des comportements difficiles

- Impacts des comportements difficiles : lieu d'accueil, autres clients, personnels et entreprise
- Les prérogatives et les limites du rôle des hôtes / hôtesse en situations difficiles

Frictions, tensions, harcèlements, conflits et affrontements

- Savoir reconnaître les quatre niveaux d'opposition pour pouvoir en gérer l'escalade
- Incompréhension, réclamation et plainte : les niveaux des demandes des clients
- Distinguer les tensions techniques et les tensions interpersonnelles

Compréhension des mécanismes, causes et facteurs favorisant des comportements clients difficiles

- Mécanismes et causes des comportements difficiles : externes / internes au client
- Les facteurs favorisant :
 - Culturels : éviter la perte de face
 - Genres : les croyances et préjugés
 - Générationnels : les valeurs et aspirations

Identifier les différentes demandes clients et les états émotionnels associés pour les gérer spécifiquement

- Différences entre incompréhensions, malentendus, désaccords, frictions, tensions et conflits ;
- Identifier les zones de tensions : techniques, de modalités, relationnelles
- Identifier les clients bavards, anxieux, mécontents, agressifs pour adopter un comportement adapté

Compréhension et gestion des tensions et conflits

- Identifier les différentes phases menant à un conflit
- Stratégies possibles : évitement, désamorçage, affrontement
- Procédure individuelle de gestion d'un conflit individuel

MODALITES DES SESSIONS

Intra-entreprises

Intra-entreprises à la demande, sur votre site ou en nos locaux.

Nombre de participants

8 participants maximum par session pour un travail optimisé.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-client.com

Confirmation sous 24 heures par retour. Sessions distancielles garanties à la 1ère inscription (Interface Zoom).

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
15-17 rue Scribe
F-75009 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Soigner le dialogue avec le client

- Compenser l'absence du canal visuel : savoir être explicite
- Travailler son écoute active
- Être proactif en entretien
 - o Techniques de reformulation, d'exploration et de questionnement
 - o Interruptions et verrouillages

Affirmer sa fonction et s'affirmer

- S'affirmer sans agressivité : les outils de l'assertivité
- Différencier les contraintes et limites de sa fonction
- S'affirmer, professionnellement : reconnaître et poser les limites
- Se faire respecter et respecter son interlocuteur : les niveaux de langage à utiliser
- Savoir exprimer un « non » constructif et acceptable par le client
- Gérer ses clichés, stéréotypes et préjugés vis-à-vis des clients à risques

Les formules clés pour conduire un entretien difficile

- Reformuler les demandes clients pour diagnostiquer les blocages
- Savoir répondre aux objections : techniques de réfutation diplomatiques
- Choisir les bons arguments en fonction des mots exprimés par le client

Mener un dialogue raisonné pour désescalader les tensions

- Décrypter les revendications : utiliser la grille d'argumentation : FOSIR
- Utiliser les « cinq pourquoi » pour trouver les raisons des demandes
- Discerner les bonnes raisons et les vraies raisons des demandes
- S'orienter « action » pour résoudre les tensions
- Utiliser la grille SOPASA de résolution de problèmes
- Identifier le niveau des problèmes pour les hiérarchiser

Gérer l'émergence des émotions

- Pourquoi la logique et l'argumentation sont secondaires en début de résolution de tension
- L'utilité des émotions, les besoins qu'elles signalent
- Comment prendre en compte l'impact et l'intensité des émotions
- L'attente du client insatisfait interprété selon la CNV : des axes de relation empathique
- 2 niveaux d'empathie pour aider l'interlocuteur à gérer son émotion
- Savoir transformer ses émotions en sentiments constructifs
- Gérer l'impact de son propre bagage de stress
- Utiliser la technique de la confiance en CNV pour apaiser sa propre charge émotionnelle

Méthode, techniques et attitudes relationnelles

- Comment créer de l'empathie
- Comprendre les cadres de référence et situations personnelles
- Comment cadrer et structurer sa réponse : adopter un comportement orienté solution
- Savoir prendre en compte les « bagages émotionnels » antérieurs
- Savoir diffuser les malentendus, les incompréhensions
- Savoir désamorcer les tensions
- S'appuyer en permanence sur :
 - o Les principes de négociation raisonnée d'Harvard
 - o Les règles de négociation émotionnelle

Faire du non verbal un atout

- Téléphone :
 - o Créer de l'empathie par le mirroring verbal et non verbal
 - o Le langage non-verbal en communication par téléphone
 - o Postures physiques à adopter pour un impact positif sur la perception à l'autre bout de la ligne
- Accueil physique :
 - o Utiliser la force du canal visuel pour créer une bonne première impression : clés du langage non-verbal
 - o Postures physiques et attitudes à adopter pour un impact positif sur la perception en accueil physique