SAVOIR REPONDRE AUX EMAILS DE RECLAMATIONS ET AUX COMMENTAIRES CLIENTS SUR LES FORUMS INTERNET

Référence ECRFRA16

Fiche programme de la formation

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les écrits de réclamations et les commentaires clients sont des indicateurs du potentiel de fidélisation envers l'entreprise. Si elle sait y répondre correctement, elle peut garder un lien fort avec ses clients existants et les fidéliser. Elle peut aussi exploiter ces informations pour améliorer ses produits et services. Cependant, encore trop peu de collaborateurs ont les capacités rédactionnelles pour bien y répondre ; la relation client est alors en danger.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte les techniques rédactionnelles de réponses aux réclamations clients, ainsi que de réponses aux avis clients internautes. Elle fournit les outils rédactionnels nécessaires à la prise en compte des demandes, à leur résolution, pour un renforcement de la relation client.

Elle donne une méthode systématique, complète et simple à mettre en oeuvre pour pouvoir traiter les réclamations et rédiger les réponses aux commentaires et avis, efficacement et rapidement.

BENEFICES PARTICIPANTS ++

- ✓ Un état des lieux solide de leur base rédactionnelle ;
- ✓ Un état des lieux de leur appréhension de dynamique de la relation client ;
- ✓ Une meilleure perception de l'influence de la conversation internet sur la fidélisation client ;
- ✓ Une capacité à partager les bonnes pratiques rédactionnelles en interne à l'issue ;
- ✓ Une motivation fortement accrue dans leur pratique rédactionnelle quotidienne.

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels
- Savoir répondre spécifiquement aux réclamations écrites ;
- Acquérir les techniques de conversation écrite web ;
- Savoir valoriser l'entreprise, ses produits et ses services sur les forums.

Public concerné
Tout collaborateur chargé de répondre aux réclamations clients, de rédiger pour le public internet de l'entreprise, et de promouvoir l'image de l'entreprise sur le web en général.

Prérequis
- Savoir utiliser les fonctionnalités de base du logiciel Word ;
- Connaître les forums sur lesquels les clients de l'entreprise commentent.

(auto déclaration préalable + test en entrée de formation).

Durée
Deux jours (14h) consécutifs ou non.

Formats
- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Méthodes pédagogiques
- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

Positionnement et évaluation des acquis
- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation
- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoire
- PowerPoint utilisé pendant la formation.

Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY *« Boostez votre chiffre d'affaires en répondant efficacement aux réclamations clients ».*

Les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

Actualisation : janvier 2024.

MODALITES DES SESSIONS

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

Inter-entreprises
Ces sessions vous permettent d'inscrire individuellement vos collaborateurs sur cette thématique essentielle (importance opérationnelle).

Dates et lieux
Merci de nous contacter.

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
Communication client - Vente et négociation
Conseil
Formation
Coaching
Équipes
Vendeurs
Commerciaux

FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

CONTENU CLE

A/ RECLAMATIONS CLIENTS

Comprendre la réclamation du client
- Analyser l'objet de l'insatisfaction exprimée, explicite et implicite
- Identifier les causes internes génératrices de l'insatisfaction
- Décider des axes de réponse à la réclamation

Bien répondre à la réclamation
- Prendre en compte l'insatisfaction du client
- Rassurer techniquement le client avec méthode
- Présenter la réalité des faits
- Informer / rectifier le client des contraintes de service / production
- Si pertinent, reconnaître l'erreur et présenter ses excuses
- Présenter les moyens mis en œuvre pour réparer l'erreur
- Soigner la relation client : montrer de l'empathie

Soigner la relation client
- Faire valoir ses arguments sans dévaloriser le client
- Refuser avec courtoisie une demande
  Conclure constructivement pour fidéliser le client

B/ COMMENTAIRES / AVIS INTERNET

Comprendre et utiliser les codes de la conversation internet
- Utiliser les lois de proximité pour se synchroniser avec l'internaute.

Prendre en compte les commentaires et avis du client
- Accepter la légitimité de l'expression de l'internaute ;
- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Soigner la relation avec la communauté : montrer de l'empathie ;
- Valoriser et rassurer la communauté tout au long de l'écrit.

Traiter les effets de l'insatisfaction selon les principes de la CNV
- Reconnaître la « blessure », exprimer regrets, proposer une réparation, dire quels moyens on met en œuvre pour éviter une répétition ;
- Rassurer sur le futur et exprimer la volonté de poursuivre la relation.

Présenter le point de vue de l'entreprise
- Confirmer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés sans s'opposer ;
- Savoir désamorcer et éventuellement, présenter des excuses ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer le message : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Conclure sur le futur et ses opportunités pour la communauté.

EXEMPLE D'APPLICATION

Catherine et Alain ont reçu de leur manager une nouvelle mission : répondre aux avis et commentaires clients de l'entreprise, postés sur des forums internet stratégiques. Dans un premier temps, ils ont tenté de répondre de la même manière qu'en écrits de réclamation ; mais au vu des réactions des internautes, ils ont vite réalisé qu'il y a un monde entre les forums et le courrier personnalisé. Certaines réactions d'internautes à leurs réponses ont même parfois dépassé les limites de l'honnêteté !

Catherine et Alain se sentant démunis face aux mots sans concessions des internautes, ont décidé de suivre cette formation stratégique de rédaction digitale en relation client.

Actualisation : janvier 2024.