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

Référence CLIINT03

BESOINS DES COLLABORATEURS ET DE L'ENTREPRISE

La clientèle internationale est brutale et rapide à exprimer son insatisfaction au monde entier via les réseaux sociaux. Elle exprime son mécontentement soit par un email de réclamation « entre 4 yeux » avec l'entreprise, ou bien directement sur les réseaux sociaux – au vu et su de tous !

Sur ces tam-tams digitaux leurs avis résonnent de la moindre de leurs insatisfactions – fondée ou pas ! Une réclamation par email mal gérée et la Toile s'enflamme en une expression de fureur digitale sur internet – visible par la clientèle mondiale !

Faire l'autruche, c'est laisser l'image de l'entreprise aux mains des détracteurs du monde entier – vrais ou masqués. Toute entreprise doit garder le contrôle de la conversation sur ses produits et services. Et pour cela former ses collaborateurs aux réponses digitales adaptées en anglais !

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

Programme de formation

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Acquérir les techniques de rédaction et conversation digitale internationale en relation client en anglais professionnel ;
- Savoir répondre spécifiquement aux réclamations écrites et avis clients à l'international ;
- Savoir créer et préserver la relation client à l'écrit en anglais au niveau juste en respectant les codes interculturels ;
- Savoir rédiger pour remercier, présenter des excuses, prévenir, informer, expliquer, conseiller, désamorcer, apaiser, etc. en anglais ;
- Savoir expliquer, motiver et argumenter les choix techniques et commerciaux de l'entreprise en anglais ;
- Savoir répondre à l'écrit aux expressions de frictions en premier niveau, diffuser des malentendus, des désaccords et tensions.
- Savoir valoriser l'entreprise, ses produits et ses services, et créer de l'empathie avec les clients internationaux.

Public concerné

- Tout collaborateur chargé de répondre aux réclamations digitales internationales, et protéger l'e-réputation de l'entreprise.

Prérequis

- Pratiquer la rédaction simple en anglais courant professionnel ;
- Savoir utiliser un logiciel de traitement de texte ;
- Connaître les réseaux sociaux où s'exprime sa clientèle ;
- Être motivé à faire évoluer son cadre de référence interculturel.

Durée

- 2 journées (14h).

Les + pédagogiques de la formation :

- Coanimation : consultant expert en communication écrite digitale client internationale (inter culturaliste) et consultante experte en relation client internationale ;
- Animation en anglais et en français selon les besoins des participants pour leur permettre plus de souplesse dans l'expression fine de leurs besoins, freins et blocages interculturels éventuels ;
- Questionnaire détaillé des attentes avant la formation pour intégration des préoccupations dans les écrits ; utilisation des correspondances et avis clients anonymisés fournis en amont ;
- Travail sur les outils interculturels et linguistiques anglais à l'écrit ;
- Apprentissage par exercices de rédaction répétés et intensifs ;
- Contact direct avec les consultants experts 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 un aide-mémoire électronique rappelant les méthodologies et points clés

Contenu complet

BENEFICES DE LA FORMATION

Cette formation développe deux aspects de la relation client digitale internationale :

1. D'une part, toutes les techniques de rédaction spécifiques aux réclamations clients, par emails, et aux commentaires / avis des clients internautes ;
2. D'autre part, les techniques et bonnes pratiques de rédaction en anglais vers un lectorat digital international.

Les contextes digitaux et internationaux sont pris en compte dans les réponses, la résolution des demandes, les réactions aux commentaires exprimés en anglais, afin de renforcer la relation client internationale.

Elle donne une méthode systématique, complète et simple à mettre en œuvre. Il devient facile de traiter, en anglais et vers un lectorat international, les réclamations efficacement et rapidement, ainsi que rédiger les réponses aux commentaires et avis internet.

CONTACT - INSCRIPTIONS

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

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

1. Repères clés en communication internationale écrite digitale

- Reconnaître les 3 grands groupes culturels mondiaux et leurs valeurs clés ;
- Pour chaque groupe interculturel principal, connaître en qualité et quantité :
  - Ses besoins relationnels
  - Ses besoins en informations
- Présentation des sous-groupes culturels, de leurs valeurs clés ;
- Utiliser les principes de « culture free » et « culture fair » ;
- Gérer l'impact de la culture française dans la relation écrite avec le client étranger (clichés, stéréotypes et préjugés) ;
- Les leviers respectifs de satisfaction et d'insatisfaction interculturels (irritants) à l'écrit et comment les actionner / désamorcer ;
- Gérer les deux modes de communication : explicite et implicite.

PRESENTER A L'ECRIT DES REPERES INTERCULTURELS DE COOPERATION ET COMPETENCE (CONFIANCE)

- Exprimer au client la qualité de la relation sur les quatre critères clés : volonté de coopération et niveaux de compétence, niveau de pouvoir dans votre organisation et bienveillance vis-à-vis du client en tant qu'individu ;
- Savoir envoyer vers le client des signaux écrits de rassurance sur ces quatre critères (éléments de langage en anglais, style, niveaux de langage, rituels culturels, précautions scripturales, etc.) ;
- Les leviers culturels respectifs de satisfaction et d'insatisfaction (irritants) à l'écrit et comment les actionner / désamorcer ;
- Gestion de l'impact à l'écrit des clichés, stéréotypes et préjugés envers la culture française.

MIEUX UTILISER LA LANGUE ANGLAISE : PRINCIPES DIRECTEURS

- Anglais britannique, américain et international : impacts en communication écrite et choix pertinents ;
- Bien gérer son expression écrite en anglais à l'international : choix du type d'anglais, qualité linguistique, précision du vocabulaire, variété du champ lexical, flexibilité dans les formules de communication, etc.

2. Traiter les réclamations en anglais

COMPREHENSION DES MECANISMES, CAUSES ET FACTEURS CULTURELS GENERANT DES RECLAMATIONS

- Mécanismes et causes interculturelles des expressions d'insatisfaction ;
- Anticiper les facteurs favorisants les tensions :
  - Culturels : éviter la perte de face, protéger sa responsabilité vis-à-vis de son organisation
  - Genres : les croyances et préjugés vis-à-vis des sexes
  - Confessionnels : les piliers structurels (famille, vie, société)
  - Générationnels : les valeur et aspirations de réalisations
- Les mécanismes de défense : les stéréotypes et préjugés, les biais de prédiction autoconfirmée, le « nous contre eux » et le bouc émissaire.

REPONDRE AUX RECLAMATIONS : PROCESS UNIVERSEL

- Comment prendre en compte l'insatisfaction du client ;
- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie ;
- Repères de courtoisie envers le client par email ;
- Rassurer le client avec méthode ;
- Savoir désamorcer en reconnaissant une erreur et s'excuser ;
- Faire valoir ses arguments ;
- Personnaliser la réponse à une réclamation pour fidéliser le client ;
- Refuser avec courtoisie une demande.

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 - INSCRIPTIONS

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

RECREER UNE RELATION DE QUALITE A L'ECRIT

- Phrases types et collocations anglaises récurrentes en correspondance digitale ;
- Formules de contact et de politesse à utiliser en anglais ;
- Utilisation des prénoms ou pas, des titres, écriture inclusive, précaution sur les genres, etc.
- Comment reconnaître une erreur, présenter des excuses, proposer une compensation, inviter, convoquer, demander, préciser, etc.

APAISER LA RELATION CLIENT

- Calmer le jeu : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Eléments de langage en anglais pour : prendre contact, créer la relation, rassurer sur ses intentions, reformuler la réclamation, confirmer la bonne volonté, diffusion de tension, réponse à un élément de la réclamation, informer, expliquer, proposer, rectifier, insister, démontrer, prendre congé, rappeler, orienter, analyser, suivi technique, proposer une résolution de problème, faire une proposition de compensation et la mettre en valeur, etc.
- Ambiguïtés et contresens : principaux pièges à éviter.

3. Traiter les commentaires : participer à la conversation internet en anglais

- Enjeux et contraintes des réponses de l'entreprise aux commentaires des clients à l'international ;
- Un jeu à trois : client, communauté mondiale et entreprise ;
- Un lieu incontournable d'influence, de défense et promotion de l'image de l'entreprise .

LES CODES : POINT DE VUE D'INTERNAUTE

- Poser un diagnostic sur les réalités et les effets du commentaire ;
- Objectifs implicites et explicites du client internaute : prise de pouvoir d'influence / nuisance ;
- Le lectorat du client internaute : portraits / avatars d'intervenants web à l'international.

LES CODES : POINT DE VUE DE LA COMMUNAUTE

- Objectifs implicites et explicites de la communauté web ;
- Intérêt, curiosité, voyeurisme : le lectorat du client internaute ;
- Un lectorat en mode réactif constant : les préjugés contre le monde marchand et corporate ;

LES CODES : POINT DE VUE DE L'ENTREPRISE

- Objectifs implicites et explicites de l'entreprise ;
- L'entreprise et les réseaux sociaux : goliath aux pieds d'argile

PRENDRE PART A LA CONVERSATION SUR LE WEB

- Codes de la conversation : expliquer, informer, divertir et respecter ;
- Emotions vs raison, bien doser les ingrédients ;
- 6 C : courtois, concis, clair, convivial, convaincant, compétent ;
- 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 tout au long de l'écrit ;
- Présenter son point de vue : confirmer, nuancer, ajouter, clarifier les ambiguïtés sans s'opposer ;
- Valoriser la double qualité de relation et production de l'entreprise ;
- Savoir désamorcer en reconnaissant une possible erreur, éventuellement, bien présenter ses excuses ;
- Si pertinent, valoriser les compensations offertes ;
- Conclure sur le futur et ses opportunités pour la communauté.

Actualisation : janvier 2025