

CONSTRUIRE UNE EXPERIENCE CLIENT DIGITALE AU SERVICE D'UNE RELATION CLIENT DE QUALITE

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 740 € HT /pers INTRA : 3600 € HT/groupe
Public visé	Toute personne amenée à développer et renforcer la qualité de la relation client via le numérique	Pré-requis	Compréhension du français
Modalités	Présentiel <input checked="" type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise	Distanciel <input type="checkbox"/> en ligne <input type="checkbox"/> mixte	Session Voir catalogue Nous contacter

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous serez apte à vous approprier les enjeux d'une relation client digitale et les fondamentaux du storytelling, adapter votre stratégie de communication à différents canaux, et prévenir les litiges avec des clés de résolution de conflits en ligne.

Vous serez capable de construire une expérience client numérique, en articulant le « online » au service de votre relation client et le « offline » au service de votre e-réputation, le tout permettant de garantir la satisfaction d'une clientèle toujours plus connectée et exigeante.

CONTENU DU PROGRAMME

Test de positionnement : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

1- Les enjeux de la relation client digitale (3h30 – 2 séquences)

- Connaitre les usages et parcours digitaux des clients
- Maitriser les outils de base de votre e-réputation
- Transformer l'avis client en prescripteur plutôt qu'en bourreau

2- Les fondamentaux du storytelling et contenus adaptés (3h30 – 1 séquence)

- Raconter votre établissement et faire vivre une expérience
- Choisir les types de contenus pour vos propres publications
- Alimenter votre communication grâce aux contenus de votre audience et de vos clients

Evaluation continue à la fin de chaque séquence pour validation des modules et/ou suivi et accompagnement individualisé pour l'acquisition des connaissances ou compétences non maîtrisées.

3- Du « offline » à votre e-réputation... (3h30 – 2 séquences)

- Comprendre les relations directes de cause à effet entre le « offline » (présentiel) et le « online »
- Anticiper et déminer les situations critiques face au client numérique
- Répondre aux avis négatifs : réactivité et empathie proactive

4- ... Du « online » à une relation client de qualité (3h30 – 1 séquence)

- Mieux connaître ses clients grâce à la data (site web, réseaux sociaux)
- Soigner la relation et l'expérience client en ligne
- Impliquer vos clients et les inciter au partage

Evaluation finale : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

TOURISME / HOTELS / RESTAURANTS / CAFES / TRAITEURS / RETAIL

4 rue de Gramont 75002 Paris

Tél. 01 42 96 09 27

asforest@asforest.com / www.asforest.com



SIRET 304 974 314 00011
 Déclaration existence 11 75 001 5475
 Code APE 8559A

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Usages et parcours digitaux** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence débute sur une immersion dans le programme avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux d'une relation client de qualité, articulée entre « offline » et « online ». Les stagiaires sont amenés à définir le contexte de leur entreprise et leur expérience afin d'apporter collectivement des éléments d'analyse sur l'expérience client physique et l'expérience client numérique de leur établissement. Le formateur réalise un focus sur les usages et parcours clients en ligne, synthétise l'ensemble et expose les clés de compréhension de ce parcours digital et comment il peut être mis au service d'une relation client toujours plus qualitative. Il évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnement direct.
- **Séquence 2 (2h) Dictature de l'avis client** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour de cas pratiques réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant d'identifier les caractéristiques d'un avis en ligne bourreau ou prescripteur et ainsi définir une stratégie pour transformer le premier cas en second. Le formateur présente des outils fondamentaux pour veiller à la e-réputation de son établissement, répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur l'importance des réseaux sociaux et de la e-réputation, des risques mais surtout des potentiels commerciaux et donc de l'urgence de s'en emparer. Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 3 (3h30) Storytelling** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence démarre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur présente les fondamentaux du storytelling et ses atouts au service d'une expérience client numérique, puis propose une série de mises en situation, permettant aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes de travailler sur le storytelling de leur établissement et les contenus qui en découleront. L'accent est porté sur les types de contenus et l'adéquation à l'audience et aux clients. Le formateur évalue l'acquisition des compétences grâce aux productions.
- **Séquence 4 (1h30) Articulation on/off** [présentiel ou classe virtuelle] : Dans cette séquence, le formateur aborde les relations directes de cause à effet entre le « offline » (présentiel) et le « online ». A travers une série de cas pratiques, les stagiaires sont amenés à identifier les éléments d'une relation client physique qui finalement se déploient en ligne et les retombées des éléments numériques sur la relation client au sein de l'établissement. Le formateur synthétise l'ensemble en mettant en exergue la nécessaire maîtrise des deux espaces pour une assurer une relation client de qualité. Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 5 (2h) E-réputation** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour de cas pratiques réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant d'anticiper et déminer les situations critiques face au client numérique, une fois que le client n'est plus là. Le formateur s'appuie sur l'expérience des stagiaires et l'intelligence collective pour élaborer des schémas de réponses aux avis négatifs. Il réalise un focus sur l'importance de ces schémas d'anticipation favorisant ainsi la réactivité de la réponse, et donne les principales clés pour pratiquer l'empathie pro-active. Il évalue l'acquisition des compétences grâce aux productions.
- **Séquence 6 (3h30) Soin de la relation client** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur s'appuie sur les exercices précédents, permettant aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes d'élaborer des procédures pour soigner la relation et l'expérience client en ligne. Un focus sur les techniques de récolte de data clients met en exergue le potentiel d'action pour mieux connaître ses clients et ainsi comprendre leurs besoins et envies. L'accent est enfin porté sur quelques outils visant à impliquer et engager les clients. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En temps synchrone, en fonction de la durée des séquences et parfois de leur enchainement, des temps de pauses réguliers sont bien évidemment inclus : entre chaque séquence si enchainement, et au sein d'une même séquence toutes les heures ou heures et demie suivant les activités pédagogiques. En temps asynchrone, les stagiaires peuvent se connecter à leur rythme sur une période déterminée par le planning de formation.

METHODES MOBILISEES

- Utilisation de méthodes pédagogiques expositives, interrogatives et actives (apports théoriques et pratiques, tests, mises en situation, cas pratiques, jeux de rôle, quizz...) permettant d'acquérir ou actualiser connaissances et compétences
- Supports pédagogiques : powerpoint, paperboard, cas pratiques, mises en situation, check-list, quizz...

- Accompagnement pédagogique : L'ensemble des séquences est animé par un seul formateur qui assure l'assistance pédagogique en mode synchrone (présentiel ou classe virtuelle), et en mode asynchrone par mail ou plateforme dédiée.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Assistance** : L'assistance technique et administrative en amont et au démarrage de la formation est assurée par notre équipe administrative et de coordination (convention, convocation, accueil physique et en ligne...). Elle reste également disponible à tout moment et post-formation par mail et téléphone pour assurer le suivi de l'exécution. Si l'aide n'est pas immédiate, une réponse est apportée dans les 24h ouvrées.
- **Equipement nécessaire à distance** : Un ordinateur ou un smartphone avec caméra, micro et connexion illimitée. Après traitement de leur inscription, les stagiaires reçoivent leur convocation avec lien vers le test de positionnement. La veille de la formation, les stagiaires reçoivent un mail avec un lien de connexion (et un tutoriel) vers leur salle de formation virtuelle. L'équipe d'assistance est présente en début de session pour accueillir et répondre aux difficultés techniques le cas échéant.
- Si la formation se déroule dans l'entreprise, l'employeur s'engage à mettre à disposition de ses salariés tous les moyens nécessaires pour suivre sa formation en ligne (bureau, ordinateur, connexion internet...)

Délai d'accès : Inscription dans la limite des places disponibles jusqu'à la veille de la formation

Accessibilité : Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. N'hésitez pas à nous faire part de toute demande d'adaptation afin que nous puissions y répondre en amont de l'entrée en formation.

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Les coûts des évaluations sont inclus dans le coût global du parcours.

- Positionnement : Test d'évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation permettant le cas échéant d'ajuster le parcours de formation et de proposer un accompagnement individualisé.
- Continue : Test d'évaluation entre les séquences suivant progression pédagogique.
- Finale : Test d'évaluation des connaissances et compétences à l'issue de la formation permettant de définir le cas échéant un accompagnement individualisé.

A l'issue de la formation, le stagiaire reçoit une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation. Un relevé de présence et une attestation de suivi et d'encadrement où figureront la durée des séquences et les dates d'évaluation pourront également être établis à l'issue de la formation. Un questionnaire d'appréciation à chaud et à froid (3 mois après la fin de la formation) sera envoyé au stagiaire.

mise à jour : 12/04/2025