

Prérequis

- Maîtrise de la langue française & Être en contact avec la clientèle.

Pour qui

- Cette formation au traitement des réclamations apporte outils, méthodes et comportements relationnels pour gérer efficacement les réclamations, en face-à-face, par téléphone, par écrit. Pour passer du mécontentement du client à sa satisfaction... et jusqu'à l'enthousiasme du client!

Méthode pédagogique

- Alternance d'apports théoriques et d'études de cas fondés sur l'expérience des participants.
- Travail participatif: Les participants doivent être les acteurs de leur formation, c'est notre engagement.



1 Journée
7h présentiel

Dans vos locaux
ou
Classe virtuelle

8 à 12 personnes
maximum



Objectifs professionnels

Il n'est de solution aux yeux du client que celle à laquelle il a pensé, lui!

Si cette résolution n'est pas accessible ou que le client n'y est pas éligible, il convient de valoriser la proposition qui lui est faite afin que ce changement d'objectif suscite le moins d'amertume possible chez le client. Le moment où le client abandonnera ses exigences pour accepter une autre réponse que celle à laquelle il prétendait avant même le coup de fil est le moment de l'échange le plus risqué.

Il convient également de toujours accorder le bénéfice du doute au client quant à l'exactitude de ses propos, à moins que la preuve du contraire soit apportée.

Plan de cours

Autodiagnostic pour comprendre mon mode de communication et ma façon de réagir

Quels sont les enjeux de la réclamation client?

Incivilité ou différend commercial?

La notion de qualité.

La différence entre produit et service.

La dimension émotionnelle et le besoin de reconnaissance

Choisir le canal de communication le mieux adapté.

L'effet du temps.

L'argumentation les techniques d'influence.

La négociation raisonnée

Traitement des objections

Les caractéristiques de la voix et les moyens de la maîtriser.

Accuser réception de la requête: informer le client que sa demande est prise en considération évitera les phénomènes de surenchère émotionnelle

Fixer un délai raisonnable de traitement des réclamations

Tenir régulièrement informé le client du suivi de sa requête et des étapes de celle-ci ainsi que des éventuels reports de délais dus à des circonstances particulières

Évaluation

- Débriefing individuel et collectif.

- Évaluation à froid par l'intranet de l'entreprise.

- Contrôle de l'appropriation des outils.