

DÉVELOPPER UNE EXPÉRIENCE CLIENT DIFFÉRENCIANTE

Transformer chaque interaction en une expérience positive et mémorable

Présentation de la formation

L'expérience client ne repose pas uniquement sur des procédures ou des standards. Elle se construit à travers l'ensemble des interactions vécues par le client, depuis sa première prise de contact jusqu'au suivi de sa demande.

Chaque collaborateur contribue, par sa posture, son comportement, sa communication et sa capacité d'adaptation, à la perception globale de l'entreprise.

Cette formation permet de mieux comprendre les attentes des clients, d'identifier les moments clés du parcours et de développer des pratiques relationnelles favorisant la satisfaction, la confiance et la fidélisation.

L'approche proposée est concrète, expérientielle et adaptée à la réalité de chaque organisation.

Objectif général

Développer une culture client partagée et adopter des comportements permettant de proposer une expérience fluide, personnalisée et différenciante.

Objectifs opérationnels

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- distinguer service, relation client, satisfaction et expérience client ;
- comprendre l'impact de chaque interaction sur la perception du client ;
- identifier les principales étapes du parcours client ;
- repérer les moments clés et les irritants ;
- adopter une posture accueillante, professionnelle et engageante ;
- identifier les attentes explicites et implicites du client ;
- pratiquer l'écoute active et le questionnement ;
- personnaliser la relation sans perdre en efficacité ;
- expliquer une solution de manière claire et rassurante ;
- gérer une insatisfaction ou une réclamation ;

- transformer une difficulté en opportunité de fidélisation ;
- coopérer avec les autres services pour garantir la continuité de l'expérience ;
- définir des engagements individuels et collectifs d'amélioration.

Public concerné

- Collaborateurs en relation directe ou indirecte avec les clients ;
- équipes commerciales ;
- personnels d'accueil ;
- conseillers ;
- équipes administratives ;
- équipes techniques ou logistiques contribuant au parcours client ;
- responsables de service ;
- managers d'équipes en contact avec les clients.

Prérequis

Aucun prérequis n'est nécessaire.

La formation est adaptée aux collaborateurs souhaitant développer ou perfectionner leurs pratiques de relation et d'expérience client.

Durée

2 jours – 14 heures

La durée peut être adaptée selon le secteur d'activité, le niveau des participants et les enjeux identifiés lors de l'analyse des besoins.

Modalités de réalisation

- Formation en présentiel ;
- formation intra-entreprise ;
- possibilité d'adaptation en distanciel ou en format mixte ;
- groupe recommandé : 6 à 12 participants.

Programme détaillé

Module 1 – Comprendre les enjeux de l’expérience client

- Définir l’expérience client ;
- différencier qualité de service, satisfaction, relation et expérience ;
- comprendre la dimension rationnelle et émotionnelle de l’expérience ;
- identifier les conséquences d’une expérience positive ou négative ;
- mesurer l’impact sur la confiance, la fidélisation et la recommandation ;
- relier expérience client, performance et image de l’entreprise.

Module 2 – Observer l’expérience du point de vue du client

- Se décentrer de son organisation et de ses habitudes ;
- comprendre les attentes visibles et invisibles ;
- identifier les besoins fonctionnels, relationnels et émotionnels ;
- repérer les efforts demandés au client ;
- comprendre les écarts entre l’expérience souhaitée, délivrée et perçue ;
- développer une culture de l’attention.

Module 3 – Cartographier le parcours client

- Identifier les différentes étapes du parcours ;
- recenser les points de contact physiques, téléphoniques et numériques ;
- identifier les moments de vérité ;
- repérer les ruptures et les irritants ;
- analyser les interactions entre les services ;
- identifier les opportunités d’amélioration ;
- construire une représentation simple du parcours client.

Module 4 – Réussir les premiers instants de la relation

- L’importance de la première impression ;
- les comportements qui créent la confiance ;
- la disponibilité et la qualité de présence ;
- le regard, la voix, les mots et la posture ;
- accueillir avec professionnalisme et authenticité ;
- prendre en charge rapidement la demande ;
- créer un climat relationnel positif.

Module 5 – Comprendre la demande et les attentes

- Écouter sans anticiper la réponse ;

- utiliser le questionnement ouvert, fermé et de précision ;
- reformuler la demande ;
- identifier les attentes implicites ;
- vérifier la compréhension ;
- distinguer la demande initiale du besoin réel ;
- prendre en compte le contexte et le niveau d'urgence.

Module 6 – Adapter sa communication au client

- Identifier les préférences de communication ;
- adapter son niveau de détail et son rythme ;
- utiliser un vocabulaire clair et accessible ;
- éviter le jargon professionnel ;
- structurer ses explications ;
- rendre le client acteur de la solution ;
- combiner solution, bénéfices et points de vigilance.

Module 7 – Personnaliser l'expérience

- Reconnaître le client dans sa singularité ;
- utiliser les informations disponibles avec pertinence ;
- proposer des options adaptées ;
- créer de petites attentions à forte valeur perçue ;
- éviter les réponses mécaniques ;
- concilier personnalisation, standards et efficacité ;
- dépasser les attentes sans créer de promesse irréaliste.

Module 8 – Développer une communication positive

- Privilégier les formulations orientées vers les solutions ;
- expliquer une contrainte sans fermer la relation ;
- remplacer les formulations négatives ou défensives ;
- annoncer une attente, un retard ou une impossibilité ;
- rester clair sans être abrupt ;
- conserver une posture responsable ;
- conclure l'échange de manière positive.

Module 9 – Gérer les émotions dans la relation client

- Comprendre le rôle des émotions ;
- identifier ses propres réactions sous tension ;
- repérer l'émotion exprimée par le client ;
- accueillir une émotion sans la subir ;
- garder une juste distance ;

- adapter son comportement ;
- restaurer un échange constructif.

Module 10 – Traiter une insatisfaction ou une réclamation

- Comprendre ce qui se joue derrière une réclamation ;
- écouter et laisser le client exprimer la situation ;
- reconnaître le ressenti sans reconnaître une responsabilité injustifiée ;
- reformuler les faits ;
- présenter des excuses relationnelles lorsque cela est adapté ;
- proposer une solution ou une prochaine étape ;
- préciser les délais et responsabilités ;
- vérifier la satisfaction après traitement.

Module 11 – Gérer les comportements difficiles

- Distinguer insatisfaction, agressivité et incivilité ;
- repérer les signes de montée en tension ;
- maintenir une communication calme et factuelle ;
- poser des limites ;
- utiliser une méthode de communication assertive ;
- interrompre un échange lorsque les conditions ne sont plus réunies ;
- solliciter un relais ou une escalade appropriée.

Module 12 – Assurer la continuité de l'expérience client

- Comprendre l'impact de la communication interne ;
- éviter au client de répéter sa demande ;
- transmettre une information utile et complète ;
- clarifier le rôle de chaque service ;
- sécuriser les relais ;
- développer la coopération entre les équipes ;
- passer d'une logique de service à une logique de parcours.

Module 13 – Transformer les irritants en pistes d'amélioration

- Recueillir les irritants récurrents ;
- distinguer incident ponctuel et dysfonctionnement structurel ;
- rechercher les causes ;
- hiérarchiser les améliorations ;
- identifier les actions rapides et les projets de fond ;
- proposer des solutions réalistes ;
- définir des responsabilités et des délais.

Module 14 – Formaliser les engagements de service

- Identifier les comportements attendus ;
- traduire les valeurs en pratiques observables ;
- définir des engagements réalistes et mesurables ;
- harmoniser les pratiques de l'équipe ;
- construire une charte ou un référentiel relationnel ;
- déterminer les indicateurs de suivi ;
- engager chaque participant dans une action concrète.

Méthodes pédagogiques mobilisées

La formation repose sur une pédagogie active et expérientielle :

- apports méthodologiques courts ;
- autodiagnostic ;
- analyse du parcours client ;
- partage d'expériences ;
- études de situations réelles ;
- exercices d'écoute et de questionnement ;
- mises en situation ;
- jeux de rôle ;
- observation croisée ;
- débriefings collectifs ;
- recherche de solutions ;
- construction d'engagements individuels et collectifs.

Les situations utilisées sont adaptées au secteur d'activité et aux profils de clients rencontrés.

Outils et méthodes abordés

Selon les besoins du groupe :

- carte du parcours client ;
- identification des moments de vérité ;
- grille d'écoute et de questionnement ;
- reformulation ;
- communication orientée solution ;
- méthode structurée de traitement d'une insatisfaction ;

- DESC ou OSBD pour les situations sensibles ;
- matrice irritants, besoins et pistes d'amélioration ;
- charte d'engagements clients ;
- plan d'action individuel et collectif.

Moyens pédagogiques et techniques

- Support pédagogique ;
- fiches pratiques ;
- grilles d'observation ;
- scénarios de mises en situation ;
- paperboard ou tableau interactif ;
- vidéoprojecteur ;
- espace permettant les exercices en binômes et sous-groupes ;
- ressources pédagogiques mises à disposition.

Modalités de positionnement

Avant la formation :

- entretien avec le commanditaire ;
- analyse du contexte et des enjeux clients ;
- recueil des attentes ;
- questionnaire de positionnement ;
- identification des situations sensibles ou récurrentes ;
- adaptation des cas pratiques et des mises en situation.

Modalités d'évaluation

Avant la formation

- questionnaire de positionnement ;
- autoévaluation des pratiques ;
- recueil des attentes individuelles.

Pendant la formation

- exercices d'application ;
- questions de validation ;
- observation des mises en situation ;
- grille d'analyse des comportements ;
- feedback de la formatrice et des participants ;
- production de pistes d'amélioration.

À l'issue de la formation

- mise en situation finale ;
- quiz ou évaluation des connaissances ;
- autoévaluation de l'atteinte des objectifs ;
- formalisation d'un engagement individuel ;
- questionnaire de satisfaction.

Après la formation

Une évaluation différée peut être proposée pour mesurer :

- l'évolution des pratiques ;
- la mise en œuvre des engagements ;
- la diminution de certains irritants ;
- les effets perçus sur la satisfaction client.

Sanction de la formation

Une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action est remise au participant.

Cette formation ne délivre pas de certification professionnelle.

Indicateurs de résultats

Les indicateurs suivis peuvent notamment porter sur :

- le taux de participation ;
- le taux de complétion ;
- le taux de satisfaction ;
- le niveau d'atteinte des objectifs pédagogiques ;

- la progression entre l'évaluation initiale et finale ;
- le nombre de pistes d'amélioration identifiées ;
- le taux de mise en œuvre des engagements lorsqu'un suivi est prévu ;
- l'évolution des indicateurs clients disponibles dans l'entreprise.

Les résultats actualisés sont communiqués selon les modalités définies par Almarena Conseil RH.

Délais et modalités d'accès

La formation est mise en œuvre après :

1. un échange d'analyse du besoin ;
2. la validation des objectifs et du public ;
3. l'adaptation éventuelle des contenus ;
4. la signature de la convention ou du contrat de formation ;
5. la transmission des informations pratiques aux participants.

Le délai habituel de mise en œuvre est compris entre **2 et 6 semaines**, sous réserve des disponibilités respectives et des éventuelles modalités de financement.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les besoins spécifiques sont étudiés en amont afin de rechercher les adaptations nécessaires :

- accessibilité des locaux ;
- adaptation des supports ;
- aménagement des activités ;
- adaptation du rythme ;
- mobilisation de partenaires ou de ressources spécialisées.

Toute situation nécessitant un aménagement peut être signalée lors de la prise de contact, dans le respect de la confidentialité.

Intervenante



La formation est animée par **Christine Fonoll**, coach et formatrice professionnelle spécialisée dans le management, la communication, la relation client et la dynamique des organisations.

Elle s'appuie sur plus de vingt années d'expérience en entreprise, notamment dans des environnements où la qualité de l'accueil, du service et de l'expérience client constitue un enjeu stratégique.

Elle est notamment formée ou certifiée aux approches suivantes :

- coaching professionnel – EATEO / Académie du changement ;
- AEC DISC ;
- MBTI ;
- TKI – gestion des conflits ;
- outils de communication, d'intelligence relationnelle et d'accompagnement du changement.

Tarif

Sur devis, selon :

- le format retenu ;
- le nombre de participants ;
- le lieu d'intervention ;
- les objectifs spécifiques ;
- le niveau de personnalisation ;
- les éventuelles observations terrain ou actions de suivi.

Contact

Almarena Conseil RH

Formation – Coaching – Accompagnement des organisations

Contact et demande de devis : coordonnées à compléter