

## DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT POUR LES INDEPENDANTS

Public	Prérequis	Durée	Prix
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Au responsable</li> <li>◆ Agent de direction</li> <li>◆ Cadres</li> <li>◆ Commerciaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Connaissance de base de son activité et bases de l'informatique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Durée : 21 H</li> <li>◆ Présentiel / Intra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Coût : 1050 € HT</li> </ul>

### Principaux contenus

**Acquérir des méthodes simples et des outils pratiques afin de :**

- ◆ Comprendre les besoins et les comportements des Clients Digitaux
  - ◆ Construire les parcours client
- ◆ Connaître les meilleures pratiques digitales
  - ◆ Réussir le changement en interne

### Modalités et délai d'accès à la formation

- ◆ Présentiel/intra entreprise
  - ◆ Possibilité de valider un bloc de compétence
- ◆ Tout au long de l'année, l'accès à la formation se fait sur demande

### Après la formation

- ◆ Imaginer, soutenir et mettre en œuvre des pratiques professionnelles à forte valeur ajoutée, anticiper les transformations, piloter la performance
  - ◆ Maîtriser les techniques et processus de la relation client

### Documents administratifs remis

- ◆ Certificat de réalisation
- ◆ Contenu de formation
  - ◆ Règlement intérieur
- ◆ Livret d'accueil stagiaire
- ◆ Programme de formation détaillé

## Objectifs généraux

- ◆ Comprendre les enjeux liés à la digitalisation de la relation client
- ◆ Connaître les meilleures pratiques digitales dans le domaine
- ◆ Construire vos parcours client cibles en intégrant le meilleur du digital
- ◆ Mettre en place, manager et piloter dans le temps une démarche d'amélioration

## Les plus de la formation

- ◆ Des intervenants qualifiés, aux compétences techniques et pédagogiques actualisées.
- ◆ Une formation active et inter active avec des mises en situation sur cas concret.
- ◆ Remise d'une documentation complète et ciblée.

## Mode d'évaluation des acquis

- ◆ Evaluation au fur et à mesure de la progression.
- ◆ Evaluation continue clôturée par des cas concrets.
- ◆ Appréciation par le participant du niveau d'amélioration de ses connaissances et compétences.
- ◆ Suivi régulier par un plan d'action

## Accès à la formation

- ◆ Conditions d'accès PSH (Personne en Situation de Handicap) disponible sur notre site internet

## Validation

- ◆ Maitriser les techniques et processus de la relation client

## Accompagnement

- ◆ Le stagiaire se forme sur son lieu d'activité
- ◆ En début de formation, le formateur EFPAC évalue ses besoins et lui crée un parcours individualisé en lui fixant des objectifs de formation et d'entraînement.
- ◆ Notre formateur accompagne le stagiaire de façon personnalisée afin d'appréhender les connaissances, de valider les prérequis, de mesurer les compétences et d'étalonner la formation. Les échanges sont permanents avec le formateur.
- ◆ Le formateur accompagne également le/les stagiaires dans leurs travaux pratiques et dans la réalisation de leurs supports.
- ◆ En fin de formation, le formateur valide l'ensemble des travaux, établit le bilan et transmet les résultats de la formation au travers d'un bilan personnalisé accompagné de l'attestation de formation.

## **PROGRAMME DETAILLE :**

<b>Objectif</b>	<b>DUREE</b>
<b>MODULE 1 – Comprendre les besoins et les comportements des Clients Digitaux</b>	3 heures
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Zoom sur 8 attentes clients spécifiques à prendre en considération</li> <li>◆ De la perception au comportement du client : basiques / moteurs /bonus</li> <li>◆ Présentation de techniques d’écoute client dans un mondedigital pour alimenter la formalisation des parcours client</li> </ul>	<b>MOYENS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Supports de cours</li> <li>◆ Actions à mener (Plan d’action)</li> <li>◆ Intervention formateur sur place</li> <li>◆ Ordinateur et connexion internet</li> </ul>

<b>Objectif</b>	<b>DUREE</b>
<b>MODULE 2 – Construire les parcours client</b>	4 heures
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Zoom sur le concept d’expérience client</li> <li>◆ Présentation des « parcours client »</li> <li>◆ Zoom sur les moments de vérité et les persona</li> <li>◆ Retours d’expérience et facteurs clés de succès sur les démarches de formalisation des parcours client</li> </ul>	<b>MOYENS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Supports de cours</li> <li>◆ Actions à mener (Plan d’action)</li> <li>◆ Intervention formateur sur place</li> <li>◆ Ordinateur et connexion internet</li> </ul>

<b>Objectif</b>	<b>DUREE</b>
<b>MODULE 3 - Connaître les meilleures pratiques digitales</b>	7 heures
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Zoom sur les principales tendances</li> <li>◆ Partage de meilleures pratiques sur les principaux parcours du cycle de vie client</li> <li>◆ Analyse intérêt / impact</li> </ul>	<b>MOYENS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Supports de cours</li> <li>◆ Actions à mener (Plan d’action)</li> <li>◆ Intervention formateur sur place</li> <li>◆ Ordinateur et connexion internet</li> </ul>

<b>Objectif</b>	<b>DUREE</b>
<b>MODULE 4 - Réussir le changement en interne</b>	7 heures
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Gérer les projets en mode agile (zoom sur l’agilité comportementale)</li> <li>◆ Développer et promouvoir la culture client (dans son équipe et au sein plus largement de son entreprise)</li> <li>◆ Communiquer sur les succès et sur l’avancement</li> <li>◆ Devenir agent du changement</li> </ul>	<b>MOYENS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Supports de cours</li> <li>◆ Actions à mener (Plan d’action)</li> <li>◆ Intervention formateur sur place</li> <li>◆ Ordinateur et connexion internet</li> </ul>

## Les exercices

- ◆ Identifier les basiques, moteurs et bonus dans votre relation client
- ◆ Segmenter votre clientèle en fonction des profils digitaux
- ◆ Formaliser vos parcours clients actuels et identifier les principaux irritants client
- ◆ Écrire sa feuille de route managériale