

## PRÉ-REQUIS :

Aucun pré-requis n'est exigé pour cette formation



# Programme de formation

Mise à jour le 03/05/2025

## PROGRAMME DE FORMATION

### LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

Une formation stratégique 35 heures



## PUBLICS :

8 PARTICIPANTS /  
SESSIONS



- Personnes en charge de développement commercial, relation client : chef(fe) d'entreprise, chef(fe) des ventes, responsable fidélisation
- Toutes personnes en relation client souhaitant améliorer la gestion commerciale et acquérir les méthodes de performance



## MODALITÉS

- Formation en **présentiel**
- Durée : **5 jours soit 35 heures**
- Tarif : **3 500€ HT**



06 59 85 19 37



laure@ayoni.fr



<https://www.ayoni.fr>



AYONI – 8 rue René Cassin 17000 La Rochelle

Siret : 823 315 759 00022 – Naf : 7022Z – NDA : 75170301617

**AYOni**  
ACADEMY

# MODALITÉS D'ACCÈS

## Accessibilité et prise en charge des publics

Notre organisme de formation accorde une importance essentielle à l'accueil de toute personne souhaitant se former. Nous veillons à ce que chacun puisse accéder à nos formations dans les meilleures conditions. L'ensemble de nos formateurs est sensibilisé à l'accompagnement des personnes en situation de handicap. Chaque formation peut, si nécessaire, faire l'objet d'adaptations pédagogiques, organisationnelles ou matérielles.

Pour toute demande spécifique liée à une situation de handicap, vous pouvez contacter notre référente handicap :  
✉ [laure@ayoni.fr](mailto:laure@ayoni.fr) ou via le formulaire de contact disponible sur notre site.

Elle réalisera avec vous une analyse individualisée de vos besoins et définira les conditions d'accessibilité les plus adaptées à votre situation

## Procédure d'inscription

Les inscriptions sont accessibles directement depuis les pages de nos formations. Lorsque des sessions sont ouvertes, vous pouvez effectuer une pré-inscription en ligne.

Cette pré-inscription est suivie d'un entretien téléphonique permettant d'évaluer vos besoins et de vérifier l'adéquation de la formation avec votre projet.

Si aucune session n'est ouverte, vous pouvez formuler votre demande via le formulaire de contact de notre site. Nous reviendrons vers vous afin de vous proposer les modalités adaptées.

## Délais d'accès à la formation

Le délai moyen entre la demande d'inscription et l'entrée en formation est de 45 jours.

## Lieu de formation

Les formations en présentiel peuvent se dérouler :

- au sein de votre structure,
- ou
- dans des salles de formation dédiées.

Le lieu exact sera précisé dans le devis, puis confirmé dans la convention de formation établie avec vous ou votre structure.

Les formations peuvent aussi se dérouler en distanciel. Un lien visioconférence vous sera communiqué 7 jours avant la formation.



# MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Vidéo-projection : présentation des contenus via supports visuels.

Mise à disposition des outils numériques dédiés.



## MOYENS PÉDAGOGIQUES

Alternance de séquences théoriques, échanges interactifs, ateliers pratiques et mises en situation.



## MOYENS TECHNIQUES

Supports de formation : documents, fiches outils et ressources complémentaires remis aux apprenants.



L'objectif de cette formation est de renforcer les **softs skills**, **d'optimiser l'organisation des suivis**, de **créer des indicateurs de performances** afin d'acquérir de **méthodes efficaces sur la gestion des relations clients**.



**M.1**

**MODULE 1 : INTRODUCTION  
INITIATION À LA RELATION  
CLIENT**

**OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :**

- Effectuer un état des lieux de la relation client
- Intégrer l'impact d'une expérience d'insatisfaction d'un client
- Illustrer l'expérience d'un client satisfait et insatisfait
- Visualiser le ratio satisfaction ou insatisfaction / client / produit



**M.2**

**MODULE 2 : CIBLE  
DÉFINITION DES PROFILS  
CIBLÉS, CLIENTÈLES VISÉES,  
POTENTIELS DE MARCHÉ**

**OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :**

- Identifier les besoins, attentes et freins du client
- Envisager les améliorations du suivi client
- Associer les actions quotidiennes à la stratégie commerciale omnicanale
- Définir sa clientèle cible



**M.3**

**MODULE 3 : STRATEGIE  
OUTILS DIGITAUX  
OPÉRATIONNELS**

**OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :**

- Lister les outils disponibles (freemium)
- Automatiser les process de la relation client
- Appliquer la méthodologie de la communication non violente



**M.4**

**MODULE 4 : PERFORMANCES  
CRÉATION DES INDICATEURS  
CLÉS DE PERFORMANCES,  
CALCULS, ANALYSES**

**OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :**

- Décrire et créer les indicateurs de performance NPS
- Calculer un ratio



**M.5**

**MODULE 5 : CONCLUSION  
PRÉSENTATION DES  
AMÉLIORATIONS À METTRE  
EN PLACE**

**OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :**

- Décrire les différentes phases du process relationnel client amélioré
- Expliquer les KPI utilisés dans quels cas

**PROGRAMME DE 35 HEURES**



## MODULE 2

# MÉTHODOLOGIE

### DÉFINIR L'AXE D'AMÉLIORATION DE LA RELATION CLIENT

*Les pistes d'améliorations à travailler,  
les outils avec lesquels l'apprenants est à l'aise,  
retranscription de la mise en pratique.*



#### PRISE DE CONNAISSANCE DES ACTIONS MENÉES

Etat des lieux de la volonté d'amélioration des  
méthodologie de la relation client.  
Compréhension des difficultés et des succès  
rencontrés lors des expériences de l'apprenant.

#### CONTENU DU MODULE



##### ÉTAT DES LIEUX

Echange avec l'apprenant sur sa conception de la relation  
client.

des habitudes instaurées.

Analyses forces et faiblesses de la relation client. Cas  
clients : satisfaits et insatisfaits.

Outils de mesure de la satisfaction utilisés, communication  
effective.

Présentation des méthodologies futures.

##### DÉFINITION DE LA GESTION DE CLIENT

Définition et conceptualisation

Quelles sont les étapes clés de la relation client?

Comment gérer les typologies de clients?

Qu'est-ce-que la commercialisation non-violente?



#### MISE EN SITUATION DES ACTIONS À MENER

- QCM
- Carte mentale

# MODULE 2

## CIBLE

### DÉFINIR SA CIBLE

*Les cibles de clientèle visées, répartition des typologies de clientèle, services dédiés*



#### PRISE DE CONNAISSANCE DES ACTIONS MENÉES

- Client acquis,
- Client fidélisé,
- Prospect

#### CONTENU DU MODULE



##### PROFIL

Etablir le profil des différentes cibles.  
Définition des besoins indispensables.  
Analyse des comportements et élaboration de parcours de communication.  
Création de recueil information client.  
Personnalisation de l'expérience de chaque client selon les datas recueillies.

##### PROJECTION

Qui sont vos clients de demain?  
Comment les approcher ?  
Quelle communication entamer?  
Quelles sont leurs attentes?



#### MISE EN SITUATION DES ACTIONS À MENER

- Mise en pratique
- Création de template
- Utilisation d'outils digitaux



## MODULE 3

# STRATÉGIE

### PROCESS

*Outils utilisés, canaux de diffusion, automatisation*



### PRISE DE CONNAISSANCE DES ACTIONS MENÉES

- Outils utilisés
- Stratégie commerciale
- Réseaux utilisés

### CONTENU DU MODULE



#### AUTOMATISATION

Développement de portefeuille client.  
Axe de stratégie à mener selon le parcours client.  
Canaux d'acquisition, de suivi, de fidélisation.  
Canaux de communication  
Analyse en temps réel des datas.  
Optimisation des actions menées.  
Image véhiculée de la société, impact des valeurs.

#### OUTILS

Quels sont les outils digitaux indispensables ?  
Comment automatiser les suivis de relation client ?  
Quelles sont les datas à explorer ?  
Comment gagner du temps ?



### MISE EN SITUATION DES ACTIONS À MENER

- Mise en pratique
- Création de template
- Utilisation d'outils digitaux

# MODULE 4

## PERFORMANCE

### DATAS

*Analyse des datas pour la création des indicateurs*



### PRISE DE CONNAISSANCE DES ACTIONS MENÉES

- Analyses et performances acquises
- Axes à développer

### CONTENU DU MODULE



#### KPI

Définition des indicateurs de performance.  
Ratio et calcul à instaurer.  
Pondération par typologie de client.  
Notation et avis clients.

#### OUTILS

Quels sont les KPI?  
Comment les mesurer?  
Qui sont les ambassadeurs?  
Qui sont les détracteurs?



### MISE EN SITUATION DES ACTIONS À MENER

- Mise en pratique
- NPS
- Création de pondération



## MODULE 5

# CONCLUSION

### RÉCAPITULATIF

*Mise en pratique des process relation client face  
aux indicateurs clés*



#### PRISE DE CONNAISSANCE DES ACTIONS MENÉES

- Process

#### CONTENU DU MODULE



##### PROCESS

Description de A à Z du nouveau process  
Synthèse des process améliorés

##### SYNTHÈSE

Usage des KPIs selon les étapes du process  
Ratios utilisés et choisis



#### MISE EN SITUATION DES ACTIONS À MENER

- QCM

# ... Laure VALENTIN

Experte en relation client, Formatrice & Consultante en entreprise en gestion de projet et stratégie humaine



*Diplômée en 2009 d'un Master 2 en management des entreprises et commerce international de l'Ecole de Management de Lyon*

## EXPERTISE :

- 15 années d'expertise en création d'entreprise dans le digital, dans le tourisme et l'économie circulaire.
- animation pendant 2 années des FOAD pour la formation certifiante de consultant numérique. (400 personnes accompagnées usage numérique)
- accompagnement et formation de plus de 80 porteurs de projets sur les ODD ONU au sein de structures telles que les associations de quartiers auprès de publics NEETs, l'Université de la Rochelle le pôle CONEXUS auprès d'universitaires (Bac+3 à Bac +5).

## RÔLE :

- animation de la formation à distance, en présentiel sur l'idéation, la création de structure, la relation client, le prototypage et le lancement d'entreprise.