

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

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.