

Programme de formation

La relation client par mail

Cette formation vise à permettre aux salariés en situation de relation client par email de développer une communication écrite de qualité, adaptée aux enjeux du canal et véhiculant une image positive de la marque pour laquelle ils interviennent.

Durée : 2 jours/ 14 heures (15' de pause par demi-journée. 1h de pause déjeuner entre le matin et l'après-midi)

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION

Profil du stagiaire

Salariés travaillant en relation client BtoC ou BtoB et devant répondre par email aux réclamations et demandes des clients

Prérequis

- Aucun

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✓ - Rédiger des emails structurés et clairs
- ✓ - Adopter un style d'écriture dynamique, agréable et percutant
- ✓ - Identifier les spécificités de l'écrit professionnel en relation client
- ✓ - S'approprier la tonalité de la marque et l'adapter au contexte du client

PROGRESSION PEDAGOGIQUE

1. Ouverture de la formation – 30'

1.1. Prendre connaissance du profil des participants et de leur expérience

2. Identifier les enjeux de la relation client par mail – 1h

2.1. - 1.1. Distinguer les différences fondamentales entre communications orales et écrites 30'

2.2. - 1.2. Appréhender l'ensemble des canaux écrits utilisés en relation client 15'

2.3. - 1.3. Comprendre les spécificités de l'email en relation client 15'

3. Créer de la satisfaction client à travers l'écrit - 2h

3.1. - 2.1. Comprendre les attentes des clients sur le canal email - 15'

3.2. - 2.2. Rédiger un email de relation client avec méthode - 30'

3.3. - 2.3. Personnaliser son écrit pour rendre la relation unique - 30'

3.4. - 2.4. Faire preuve d'empathie à l'écrit - 45'

4. Utiliser un style rédactionnel efficace et cohérent avec la tonalité de marque - 2h15

4.1. - 3.1. S'approprier la tonalité rédactionnelle de la marque 30'

4.2. - 3.2. Adopter un style percutant - 30'

4.3. - 3.3. Développer son efficacité rédactionnelle - 1h

4.4. - 3.4. Employer un vocabulaire générateur de satisfaction 15'

5. Simulations 1h15

6. Ouverture du second jour - 30'

- 6.1. - Exposé par les participants des notions fondamentales vues le premier jour
7. **Déterminer sa stratégie de réponse vis-à-vis du courriel du client - 1h30**
- 7.1. - 6.1 Analyser l'écrit du client pour identifier ses besoins 30'
- 7.2. - 6.2. Intégrer l'historique du client avec la marque pour construire sa réponse 20'
- 7.3. - 6.3. Adapter son discours au contexte de la demande client 40'
8. **Simulations 4h30**

ORGANISATION

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle animée par un formateur
- Projection du support et de cas clients choisis sur vidéoprojecteur ou écran
- Exposé du formateur, questions-réponses, échanges
- Mises en situation par équipes, auto-évaluation : simulations par chat via Gmail

Dispositif de suivi et d'évaluation des résultats de la formation

- Evaluation à chaud de la formation par les stagiaires
- Bilan oral avec le commanditaire de la formation après la formation