

Programme de formation

La relation client par Messagerie instantanée

Cette formation de deux jours a pour but de permettre aux conseillers de clientèle sur messagerie instantanée de maîtriser les fondamentaux de la communication écrite en contexte de relation client digitale à la fois asynchrone et synchrone

Les messageries instantanées peuvent aller de Facebook Messenger, à WhatsApp, en passant par les DM Twitter ou tout système interne d'une entreprise (messagerie inapp pour les requêtes de service client)

En contexte de formation intra-entreprise, certaines séquences du programme peuvent être personnalisées pour correspondre à l'environnement de travail du stagiaire (articulation avec le canal téléphonique, tonalité, et contenu des simulations)

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 en formation initiale travaillant dans un contexte de relation client par messagerie instantanée en B to C et en B to B
- Salariés en formation continue issus de la relation client par téléphone, chat, ou mail, en B to C et B to B, amenés à passer sur une messagerie instantanée

Prérequis

- Aucun

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✓ Développer ses compétences relationnelles par messagerie instantanée : conduire une conversation structurée, agréable et pertinente
- ✓ Adopter une posture synchrone ou asynchrone en fonction de la disponibilité des clients
- ✓ Accueillir les émotions exprimées par les clients à l'écrit
- ✓ Analyser, comprendre et éviter les travers d'écritures récurrents sur les messageries instantanées
- ✓ Articuler messagerie instantanée et canal téléphonique en situation de relation client multicanale

PROGRESSION PEDAGOGIQUE

JOUR 1

1. Ouverture de la formation – 30'

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

2. Principes de communication par chat en écrit synchrone – 1h

2.1. Les objectifs d'un service client par messagerie instantanée pour une marque

2.2. Les compétences attendues d'un conseiller client sur messagerie instantanée

- 2.3. Points communs et différences entre les différents canaux de communication utilisés en relation client
- 2.4. Les spécificités de la messagerie instantanée en relation client, l'alternance entre fonctionnement synchrone et asynchrone
- 2.5. L'impact du verbal, du para verbal et du non verbal sur la communication écrite

3. Articulation avec le canal téléphonique – 15'

- 3.1. Quand passer en appel
- 3.2. Les différents cas de figure auxquels on peut être confrontés
- 3.3. Comment s'organiser pour passer en appel sans impacter trop lourdement le flux entrant de message à traiter

4. La structure d'une conversation – 1h

- 4.1. Un bon accueil
- 4.2. Le questionnement
- 4.3. La réponse
- 4.4. La conclusion et la prise de congé

5. Bonnes pratiques – 45'

- 5.1. Bonnes pratiques rédactionnelles pour formuler une réponse rapide et intelligible
- 5.2. Bonnes pratiques d'utilisation des supports digitaux qui enrichissent la conversation (vidéos, images, tutoriels, réponses types)
- 5.3. Bonnes pratiques pour gérer une conversation conflictuelle
- 5.4. Faire preuve d'assertivité

6. Simulations (1) – 3h

- 6.1. Simulations de conversations par messagerie instantanée (asynchrones) avec débriefing du formateur

JOUR 2

7. Les formes syntaxiques à éviter - 45'

- 7.1. Présentation des formes syntaxiques qui alourdissent l'écriture en contexte de conversation numérique
- 7.2. Exercice pour repérer et corriger ces formes syntaxiques

8. Accueillir l'émotion client en témoignant son empathie à l'écrit – 45'

- 8.1. Définition de l'empathie
- 8.2. Bonnes pratiques pour l'exprimer
- 8.3. Exercice par binômes

9. La tonalité en relation client digitale – 15'

- 9.1. Le ton à adopter pour donner une image cohérente avec le canal
- 9.2. L'utilisation des smileys et emojis

10. Simulations – 4h45

- 10.1. Simulations de conversations par messagerie instantanée (synchrones puis asynchrones) avec débriefing du formateur

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 de conversation synchrones par Gmail, simulations de conversations asynchrones par tout type d'outil permettant d'écrire une réponse sur un format digital (outil de saisie de texte))

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