

## Fiche programme :

### La relation client sur les réseaux sociaux

---

*Cette formation de deux jours a pour but de permettre aux stagiaires de maîtriser les fondamentaux de la communication écrite en contexte de relation client digitale publique (Page FB, fil Twitter) et en privé (asynchrone).*

**Durée :** 2,5 jours/ 17,5 heures

**Tarif :** 1695€ H.T. par participant

**Tarif Intraentreprise :** nous contacter ([contact@legein.fr](mailto:contact@legein.fr))

#### À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION

##### Profil du stagiaire

- Salariés travaillant dans un contexte de relation client écrite digitale publique (Facebook, Twitter, Instagram ou toute autre plateforme où les échanges sont privés **et** publics)
- Toute personne souhaitant perfectionner sa gestion de la relation clients sur les réseaux sociaux, en privé et en public

##### Prérequis

- Aucun

#### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ✓ Développer ses compétences relationnelles à l'écrit sur les réseaux sociaux : conduire une conversation structurée, agréable et pertinente
- ✓ Savoir quand et comment orienter le traitement d'une demande vers un canal privé
- ✓ Adapter sa réponse en public au profil du client et à l'audience de la marque sur un réseau social
- ✓ Accueillir les émotions exprimées par les clients à l'écrit
- ✓ Analyser, comprendre et éviter les travers d'écriture récurrents sur les réseaux sociaux
- ✓ Articuler relation client sur les réseaux sociaux et téléphone en situation de relation client multicanale

## PROGRESSION PÉDAGOGIQUE

### JOUR 1

#### 1. Ouverture de la formation – 30'

- 1.1. Tour de table de présentation, recueil des besoins/attentes des apprenants

#### 2. Principes de communication sur les réseaux sociaux pour une marque – 1h15

- 2.1. Les objectifs d'un service client sur les réseaux sociaux pour une marque
- 2.2. Les compétences attendues d'un conseiller client sur les réseaux sociaux
- 2.3. Points communs et différences entre les différents canaux de communication utilisés en relation client
- 2.4. Les spécificités des réseaux sociaux en relation client : dimensions publique/privée, synchrone/asynchrone
- 2.5. L'impact du verbal, du para verbal et du non verbal sur la communication écrite

#### 3. Découverte de l'interface utilisateur de Twitter et de Facebook – 1h15

- 3.1. Présentation de Facebook en vue utilisateur
- 3.2. Présentation de Twitter en vue utilisateur
- 3.3. Notions clefs de Twitter : hashtags, apostrophe des Twittos et lexique de la Twittosphère

#### 4. Analyse des pages publiques de services clients sur Facebook et Twitter – 1h30

- 4.1. Analyse des types de réponses et de leur pertinence à l'aide d'une grille de lecture – Facebook
- 4.2. Analyse des types de réponses et de leur pertinence à l'aide d'une grille de lecture – Twitter
- 4.3. Feedback en plénière de la phase d'observation

#### 5. La structure d'un message asynchrone et d'une conversation synchrone – 1h30

- 5.1. Un bon accueil
- 5.2. Le questionnement
- 5.3. La réponse
- 5.4. La conclusion et la prise de congé

#### 6. Simulations (1) – 30'

- 6.1. Simulation de réponse à une demande sur un canal public (Facebook ou Twitter)

### JOUR 2

#### 7. Bonnes pratiques – 1h

- 7.1. Bonnes pratiques rédactionnelles pour formuler une réponse rapide et intelligible
- 7.2. Bonnes pratiques d'utilisation des supports digitaux qui enrichissent la conversation (vidéos, images, tutoriels, réponses types)
- 7.3. Bonnes pratiques pour gérer une conversation conflictuelle
- 7.4. Bonnes pratiques pour toucher plusieurs clients avec un seul message en public : équilibre entre personnalisation de la réponse et démultiplication en étoile de son impact

7.5. Utiliser les bonnes réponses des clients pour stimuler l'audience et gagner du temps

7.6. Faire preuve d'assertivité

**8. Articulation avec le canal téléphonique – 10'**

8.1. Quand passer en appel

8.2. Les différents cas de figure auxquels on peut être confrontés

8.3. Comment s'organiser pour passer en appel sans impacter trop lourdement le flux entrant de messages à traiter

**9. Orientation des demandes vers un canal privé – 20'**

9.1. Les cas d'école

9.2. Comment amener ce traitement en privé

9.3. Marquer la preuve du traitement

**10. Simulations (2) – 3h**

10.1. Simulations de conversations mobilisant les bonnes pratiques et les connaissances acquises (orientation d'un message vers le canal privé, marquer la preuve du traitement, traitement du message en privé)

**11. Les formes syntaxiques à éviter - 45'**

11.1. Présentation des formes syntaxiques qui alourdissent l'écriture en contexte de conversation numérique

11.2. Exercice pour repérer et corriger ces formes syntaxiques

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

12.1. Définition de l'empathie

12.2. Bonnes pratiques pour l'exprimer

12.3. Exercice par binômes

**13. La tonalité en relation client digitale – 30'**

13.1. Le ton à adopter pour donner une image cohérente avec le canal

13.2. L'utilisation des smileys et emojis

13.3. Exemples pertinents de messages illustrant une cohérence entre l'utilisation du canal digital, la signature relationnelle et l'identité d'une marque

**JOUR 3**

**14. Simulations (3) – 3h30**

14.1. Rappel des stagiaires des principales guidelines d'écriture enseignées durant les deux journées précédentes

14.2. Simulations de conversations synchrones en messagerie privée

14.3. Simulations de réponses publiques sur Facebook

14.4. Simulations de réponses publiques sur Twitter

## ORGANISATION

### Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en salle ou en classe virtuelle animée par un formateur
- Projection du support sur vidéoprojecteur ou écran
- Un ordinateur/un smartphone/une tablette par binôme de participants pour la séquence

### Modalités pédagogiques principales :

- Exposé du formateur
- Exercices individuels et par binômes
- Études de cas
- Mises en situation

### Accessibilité

- Salle de formation accessible aux publics en situation de handicap : Legein loue des salles de formation adaptées au public de chaque session.
- Les activités de la formation sont accessibles et réalisables par une personne en situation de handicap. Pour inscrire une PSH à l'une de nos sessions, veuillez nous contacter à [contact@legein.fr](mailto:contact@legein.fr) pour que nous puissions en adapter les supports.

### Délais d'accès

- La formation est accessible dès lors que 3 personnes sont inscrites à une même session.
- Legein garantit un déclenchement de session dans un délai maximal de 6 semaines après l'acte d'achat

### Modalités d'évaluation de la formation

- Mises en situation débriefées par le formateur sur la base d'une évaluation des écrits produits