



CUSTOMER CARE : METTRE LE DIGITAL AU SERVICE DE SA RELATION CLIENT

Rechercher l'excellence du service client

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19RELWEB2

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1550 € HT

Repas inclus

Depuis plusieurs années, le Care gagne en importance et s'impose comme l'avenir du service client. Que ce soit en BtoB ou en BtoBtoC/BtoC, l'approche Client Success du service Care est désormais une brique majeure du succès commercial d'une entreprise. Nombreuses sont les organisations à se transformer pour l'adopter et prendre soin de leurs clients.

OBJECTIFS

Adapter l'assistance apporter aux clients sans réduire sa satisfaction.

Allier la technologie et l'humain au service du client.

Optimiser la valeur de sa relation client pour son entreprise grâce à l'approche customer care.

POUR QUI ?

Responsables Relation Client, cadre en charge de la relation client, responsables ADV, SAV, Qualité, chefs de projet.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la relation client digitale.

COMPÉTENCES ACQUISES

Apporter un soutien aux utilisateurs quel que soit le canal ou le levier choisi pour prévenir le risque d'insatisfaction.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quizz amont
Présentiel
E-quizz aval

PROGRAMME

Pendant
Customer Care : mettre le digital au service de sa relation client

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.

Définir l'organisation optimale de son customer care



- Unifier sa vision client et briser les silos internes pour optimiser la prise en charge client.
- Déterminer les coûts des composantes du customer care pour répartir ses efforts pertinemment.
- FAQ, chatbot, auto-assistance, forum utilisateurs... : déployer les outils pertinents pour répondre aux besoins de ses clients.
- Hiérarchiser les requêtes clients pour fournir un service client adapté.
- Automatiser les interactions à faible valeur ajoutée pour réduire les coûts et allouer son temps aux requêtes complexes.

Améliorer la valeur de son customer care

- Collecter, analyser et diffuser en interne ses données client pour améliorer la connaissance et expérience client au global.
- S'appuyer sur son outil CRM pour soigner sa relation client, améliorer la fidélisation et réduire l'attrition client.
- Partager les retours clients positifs à l'équipe marketing pour améliorer l'image de sa marque
- Exploiter les données clients et web pour identifier des leviers d'augmentation de la Customer Lifetime Value.

Déployer un processus de contrôle qualité et de gestion des risques

- Adopter de nouveaux processus pour améliorer son temps de résolution.
- Questionnaire de satisfaction, retours terrain... : être à l'écoute de ses clients et de ses collaborateurs pour identifier les axes d'amélioration.
- Maîtrise du parcours d'achat, connaissance de l'offre, qualité d'écoute... traiter efficacement les réclamations et les plaintes pour limiter l'insatisfaction.
- Analyser les problèmes récurrents pour les anticiper et adopter une résolution proactive.
- Croiser métriques opérationnelles et qualitatives pour mesurer et améliorer les performances du service client.

INTERVENANTS

Bruno GERARD
Consultant
DIGITAL IMPACT

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#). Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.



Accessibilité aux personnes en situation de handicap 

LIEUX ET DATES

À distance
06 et 07 juin 2024

Paris
04 et 05 déc. 2024



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28