

PROGRAMME DE FORMATION « La Qualité du Service dans la Gestion de la Relation Client » Online

Intitulé

Certification Professionnelle « La qualité du service dans la gestion de la relation Client » - Le Luxe c'est vous !

Formation en ligne (eMovie Learning Luxury Attitude) qui délivre une certification référencée à l'Inventaire du CNCP sous le numéro 1691.

Public

Salariés (du collaborateur au manager) – Demandeurs d'emploi – Etudiants

Prérequis

Aucun pré-requis formalisé en termes de certification, formation ou autre niveau scolaire ou universitaire. Cependant une expérience ou une connaissance de la relation Client est nécessaire pour pouvoir adosser les compétences visées par la certification.

Objectifs

- ✓ Intégrer les codes de la gestion de la relation Client et les leviers d'action pour instaurer l'excellence du service au travers d'une relation individualisée et personnalisée avec le client
- ✓ Sensibiliser à la responsabilité individuelle et à la marge de manœuvre personnelle dans la réalisation d'un service d'excellence
- ✓ Tenir la promesse de la marque et mettre en œuvre une stratégie propre à l'excellence du service pour aller au-delà de la simple satisfaction du client et initier le processus de fidélisation

Compétences et Programme

- Compétences visées

Repérer le positionnement de l'entreprise dans son environnement

- ✓ Situer l'environnement concurrentiel
- ✓ Identifier la promesse de la marque et son positionnement
- ✓ Analyser les attentes du client liées à la marque et à ses produits

S'approprier les objectifs et identifier les leviers d'actions pour atteindre l'excellence du service

- ✓ S'approprier les objectifs à atteindre dans la mise en œuvre de l'expérience client de la marque
- ✓ Prendre en compte l'histoire de l'entreprise et ses spécificités pour préparer la réalisation du service
- ✓ Préparer la rencontre avec le client en utilisant l'information disponible dans l'entreprise ou bien en allant la rechercher
- ✓ Analyser et définir le profil du client et ses attentes personnelles
- ✓ Déterminer parmi les outils-signatures de service ceux permettant de mieux incarner la marque auprès du client considéré

- ✓ Développer son empathie naturelle pour adapter son comportement et ses réponses aux besoins de chacun des clients

Mettre œuvre une stratégie personnalisée d'excellence du service

- ✓ Etablir une relation personnalisée et individualisée avec le client pour initier une expérience de la marque fortement différenciante
- ✓ Adapter son comportement par l'écoute et l'empathie
- ✓ Adopter un comportement verbal et gestuel approprié afin de créer une dimension esthétique et sensorielle dans la relation de service
- ✓ Identifier les situations difficiles
- ✓ Transformer, le cas échéant, la disponibilité du client pour instaurer les conditions propices à la réalisation du service d'excellence
- ✓ Finaliser l'échange tout en suscitant une valeur ajoutée qui dépasse les attentes du client
- ✓ Fidéliser le client par l'excellence du service mis en œuvre
- ✓ Repérer les informations à transmettre afin d'assurer la continuité du processus de suivi et de fidélisation

- Programme

Episode 1 - La Promesse d'une Marque

Ce que l'apprenant doit comprendre

- Face à la concurrence une Marque doit se différencier, elle fait une promesse au client (via sa publicité, sa communication) pour susciter chez le désir
- le collaborateur a la responsabilité de faire vivre la promesse d'une marque en comprenant le client, en recherchant la perfection, en agissant avec élégance, en exprimant son talent et en faisant preuve d'initiative et d'imagination

Compétences acquises

- identifier et déchiffrer la promesse de la Marque
- prendre pleinement conscience de son rôle dans l'Expérience Client délivrée, être décisif pour se différencier

Episode 2 - le Vécu Emotionnel

Ce que l'apprenant doit comprendre

- le Service répond à la même exigence que le Produit : dépasser sa valeur fonctionnelle pour offrir une expérience fondée sur une forte valeur ajoutée émotionnelle
- Dans la relation Client, l'Emotion naît de l'association du vécu sensoriel et du vécu relationnel développés par le personnel qui le sert

Compétences acquises

- distinguer clairement dans toute interaction Client/Collaborateur ce qui relève du fonctionnel et de l'émotionnel
- identifier son degré de sensibilité à la valeur émotionnelle du luxe et sa capacité à la développer dans ses actes au contact du Client

Episode 3 - les 3 Dimensions du Service

Ce que l'apprenant doit comprendre

- les 3 dimensions du service (professionnelle - savoir/savoir-faire, humaine - savoir-vivre et esthétique - savoir être) pour que le vécu fonctionnel et le vécu émotionnel du client soient pleinement satisfaits
- l'équilibre de ces 3 dimensions n'est pas naturel et qu'il se travaille chaque jour

Compétences acquises

- être en mesure d'identifier dans ses actes et ses propos et ceux des autres, ce qui relève de chacune des dimensions (professionnelle, humaine et esthétique) avant de comprendre comment développer chacune d'elles

- évaluer si les trois dimensions sont équilibrées chez soi, avec lesquelles je suis le plus à l'aise, celles qui nécessiteront le plus de travail

Episode 4 - la Dimension Professionnelle

Ce que l'apprenant doit comprendre

- La dimension Professionnelle se fonde sur le savoir et le savoir-faire
- la dimension professionnelle n'est pas propre au Luxe, mais dans le Luxe elle est déterminante

Compétences acquises

- identifier les savoirs et savoir-faire nécessaires à l'exercice de mon métier dans le Luxe afin de combler ses lacunes éventuelles et de pouvoir les enrichir en permanence

Episode 5 - La Dimension Humaine

Ce que l'apprenant doit comprendre

- la priorité n'est pas de servir ou de vendre mais de créer les conditions d'une vente ou d'un service à forte valeur ajoutée émotionnelle s'inscrivant dans la durée en créant un lien relationnel durable avec chaque Client
- Le Luxe répond au besoin d'exister de l'être Humain, le Client doit d'abord exister aux yeux de ceux qui le servent
- ce qui est fait pour le Client doit être touchant

Compétences acquises

- être en mesure de distinguer les relations Clients avec un lien relationnel et celles qui n'en possèdent pas
- ressentir le moment où le lien relationnel s'instaure et identifier sa part de responsabilité lors du contact avec Client ou lorsque l'on est le Client soi-même

Episode 6 - Le ON – OFF

Ce que l'apprenant doit comprendre

- Il y a un lien relationnel durable lorsque deux individus sont ouverts et tournés l'un vers l'autre : ils sont ON/ON.
- Etre ON c'est être en confiance. Confronté à l'inconnu, le nouveau Client arrive souvent OFF.
- Lorsque l'on est au contact du Client il faut être prêt à accepter et comprendre qu'il soit OFF, le faire passer en ON pour créer un lien durable. Etre soi-même ON, la première condition pour y parvenir
- Rester ON, en toutes circonstances, est la qualité essentielle à acquérir pour offrir un service d'exception

Compétences acquises

- identifier les circonstances dans lesquelles l'on est OFF ou l'on passe OFF. La conscience de ces circonstances permettra de prendre le contrôle de sa posture ON quelle que soit la situation.
- mesurer l'impact de ses paroles, actes et attitudes sur le Client pour le faire passer ON
- maîtriser tous les moyens permettant d'atteindre cet objectif essentiel

Episode 7 - La Personnalisation

Ce que l'apprenant doit comprendre

- l'objectif est de faire plaisir au Client
- La personnalisation absolue du service consiste à offrir au Client ce dont il a besoin ou envie sans avoir à le lui demander
- la personnalisation passe par l'observation, l'écoute et la capacité à poser sans indiscretion les bonnes questions
- Dans le service, tout est personnalisable si nous prenons soin de ne pas être dans la standardisation et si nous savons faire preuve de pro activité

Compétences acquises

- identifier, dans chaque interaction Client, toutes les opportunités qui s'offrent à soi pour personnaliser le service
- savoir distinguer toutes les informations, observations et questions me permettant d'offrir un service exclusif

Episode 8 - La Dimension Esthétique

Ce que l'apprenant doit comprendre

- Dans le Luxe, intégrer la dimension Esthétique dans la relation Client consiste à chercher à « Sublimier le Sublime » et rendre extraordinaires les moments ordinaires
- Dans le Luxe, s'il n'y a pas de valorisation au mieux il y a une banalisation, au pire une dévalorisation

Compétences acquises

- identifier tous les éléments de dévalorisation, de banalisation ou de valorisation
- être conscient dans ses propres actions et de leur portée esthétique et savoir identifier les composantes esthétiques acquises et celles restant à acquérir

Episode 9 - Le Voyage des Mots

Ce que l'apprenant doit comprendre

- Le luxe est aux antipodes de la banalité. Il extrait de notre quotidien, propose un voyage, une élévation
- Les mots du Luxe ne peuvent être ceux du quotidien. Les histoires du Luxe ne peuvent être celles de produits ordinaires
- Deux messages véhiculant la même idée mais construits avec des mots différents ne seront pas reçus et ne provoqueront pas les mêmes réactions chez notre interlocuteur
- On distingue deux niveaux de discours, un niveau fonctionnel pour lequel l'efficacité prime et un discours émotionnel où l'esthétisme prime

Compétences acquises

- être en mesure de classer des mots ou des phrases en fonction de leur valeur émotionnelle croissante et de substituer un mot fonctionnel par un synonyme dont la valeur émotionnelle est supérieure
- être capable de porter un regard critique sur la portée émotionnelle de son discours Client actuel. Puis après y avoir réfléchi par écrit, être en mesure de parler de la marque, d'un produit et d'un service avec un discours très émotionnel.

Episode 10 - La Symbolique des Gestes

Ce que l'apprenant doit comprendre

- Les gestes transmettent un message dont la portée dépasse la personne à laquelle ils sont destinés. En effet, toute personne susceptible de les voir les interprétera
- Les gestes, bien que plus universels que les mots, ont une portée symbolique très forte pouvant dépendre des cultures et des univers
- Dans l'univers du Luxe, les gestes permettent d'exprimer des intentions à l'égard du Client tout en sublimant les objets manipulés
- D'une gestuelle essentiellement inconsciente, l'acteur du Luxe doit avoir une pleine conscience de l'impact de ses gestes et travailler la « Mise en scène » des produits et services proposés au Client
- La gestuelle s'acquiert à force de répétition

Compétences acquises

- être en mesure d'évaluer la portée émotionnelle d'un geste ou d'une attitude, ce qui me permet de faire évoluer sa propre gestuelle pour accentuer son impact émotionnel
- avoir identifié dans son quotidien 3 situations ordinaires de la relation Client et savoir comment modifier sa gestuelle pour rendre plus extraordinaires ces moments ordinaires

Episode 11 - Le Don & la Dette

Ce que l'apprenant doit comprendre

- Le Don crée la Dette
- Par sa seule présence, chaque Client qui entre fait un Don. Il faut donc en être redevable, c'est la dette
- Pour chaque Client qui sort, il faut avoir renverser la position relationnelle : soit être dans le don et le Client dans la dette. Ainsi le Client se sentant redevable, reviendra ou encensera la marque auprès de ses contacts
- Si le don est matériel ou économique, il tombe dans la dette. Seul le don immatériel perdure

Compétences acquises

- être en mesure de distinguer dans toute relation Client ce qui relève de la dette et du don (matériel et immatériel)
- mesurer pleinement sa dette et identifier les moyens de la solder en partant de la promesse de la marque et du niveau d'engagement des Clients lorsqu'ils sont en face

Modalités pédagogiques et techniques

Cette formation propose 2 espaces de travail :

- Un espace d'enseignement, pour suivre la formation construite en 11 épisodes de 1h15, 4 étapes de validation des acquis et un épilogue final.
- Un espace de partage, pour construire son réseau, partager ses idées avec les autres apprenants de la communauté et ainsi grandir ensemble

Cette formation en ligne à distance (répondant aux critères du décret n° 20146935 du 20 août 2014 relatif aux formations ouvertes ou à distance), accessible par le biais d'un lien internet et d'identifiants de connexion personnalisés. Ces identifiants de connexion permettent la création d'une plateforme personnalisée qui enregistre les données de progression au fur et à mesure et permettent à l'apprenant de se constituer un portfolio.

Une connexion internet opérationnelle est nécessaire. Le site est optimisé pour fonctionner sur les dernières versions des navigateurs Internet Explorer (versions supérieures à 9), Google Chrome, Mozilla Firefox, et Safari.

La version d'Adobe flash doit être à jour. Apple ne met plus automatiquement à jour le plugin Adobe Flash nécessaire depuis Mac OS X 10.6. Il vous faudra alors le récupérer et l'installer directement ici : <http://get.adobe.com/flashplayer/>

Résolution minimum : 1024 x 768

Modalités de suivi

Relevés de connexion.

Chaque module doit être complété en totalité avant de pouvoir accéder au suivant.

Modalités d'accompagnement et d'assistance

Différentes modalités techniques d'assistance et d'accompagnement sont mises en place avec des délais de prise en charge et d'intervention suivants :

- Une hotline disponible de 9h à 18h du lundi au vendredi avec une prise en charge immédiate
- Une messagerie ouverte 24h sur 24h avec une prise en charge dans les 24h
- Intranet ouvert aux apprenants afin qu'ils puissent communiquer entre eux et aussi avec un responsable technique
- Forum de discussion ouvert aux apprenants afin qu'ils puissent échanger entre eux, supervisé par un modérateur

Durée et déroulé de la formation

La durée en continu est de 14 heures.

Délais : cette formation est ouverte 12 semaines (Le rythme de l'apprenant lui est propre. Il lui est toutefois conseillé de réaliser 1 épisode par semaine – lui laissant ainsi le temps d'assimiler et de mettre en pratique les enseignements exposés).

La formation est composée de 11 modules et d'un épilogue d'une durée identique ayant chacun un objectif bien précis annoncé au début de la session. (Correspondant à une ou plusieurs compétences visées, selon les blocs définis).

Chaque module doit être complété en totalité avant de pouvoir accéder au suivant, l'évaluation finale n'est accessible qu'après avoir suivi tous les modules.

6 activités sont à réaliser successivement. Le temps nécessaire estimé pour la réalisation de chaque activité de l'épisode est indiqué au début de chacun de ceux-ci., mais dépend aussi du temps que chaque apprenant va passer sur chaque activité. Le temps passé pour chaque module est, au minimum, estimé à 1h10.

Activité 1 : Visionner le film présentant les mises en situation et cas concrets abordés dans le module, issus de cas et d'interviews réels de professionnels reconnus dans leur secteur

Activité 2 : Réviser les compétences abordées dans le module précédant et s'approprier les notions clés développées dans le module en cours

Activité 3 : Comprendre les concepts et les compétences liées à la thématique du module: (Partie 1 des activités de mise en pratique)

Activité 4 : Agir et mettre en œuvre les compétences de manière simulée par des mini mises en situation fictives (Partie 2 des activités de mise en pratique)

Activité 5 : Etablir et s'engager au travers de plans d'actions personnalisés afin de mettre en œuvre, au quotidien, les compétences développées dans la pratique personnelle et professionnelle de l'apprenant.

Activité 6 : Répondre au questionnaire culture générale permettant d'enrichir ses connaissances dans le secteur du haut de gamme (facultatif)

Une fois les 6 activités réalisées, l'épisode suivant est accessible avec le même déroulement d'activités.

Evaluation et Validation

L'assiduité du stagiaire est établie au regard des éléments suivants : justificatifs attestant de la réalisation des travaux demandés, informations et données relatives au suivi de l'action, à l'accompagnement et à l'assistance du bénéficiaire par l'organisme de formation évaluations spécifiques qui jalonnent ou terminent la formation.

Les évaluations sont réalisées à partir de mini études de cas tirées d'expériences réelles et exposés par des professionnels. Pour valider la certification, l'apprenant doit avoir :

- suivi tous les modules et complété toutes les activités liées (l'accession à un module n'ayant lieu que lorsque le précédent a été entièrement complété)
- satisfait à 80% à chacune des validations intermédiaires après les épisodes 4,7 et 11. (possibilité de repasser cette étape plusieurs fois si le score requis n'est pas atteint).
- satisfait à 80% à l'évaluation finale qui porte sur l'ensemble des modules

Ces 4 validations sont constituées de 20 questions avec 4 propositions : une seule de ces propositions est juste.

Une fois l'évaluation validée, une correction détaillée et argumentée est mise à disposition de l'apprenant. Pour être prise en compte, une validation doit être complétée entièrement sans interruption. Au cours de la validation, il n'est pas possible de revenir en arrière pour modifier une réponse. Il n'y a pas de chronomètre.

La certification est attribuée de manière automatique, si les conditions de validation des évaluations sont remplies. Sa matérialisation sous forme de certificat envoyé à l'apprenant n'a lieu qu'après examen de l'ensemble de la session effectuée par le directeur -signataire- du centre de formation.

Coût

Le coût de la formation en ligne à distance est de **380 € Hors Taxe par licence**.