



BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les écrits de réclamations clients sont des indicateurs directs du potentiel de fidélisation envers l'entreprise. Si elle sait y répondre correctement, elle peut garder un lien fort avec ses clients existants et les fidéliser. Elle peut aussi exploiter ces informations pour améliorer ses produits et services. Cependant, encore trop peu de collaborateurs ont les capacités rédactionnelles pour bien y répondre ; la relation client est alors en danger.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation fournit une méthode complète, simple à mettre en œuvre, de réponse aux réclamations clients par emails et courriers. Elle fournit toutes les techniques de rédaction nécessaires à la prise en compte des demandes, à leur résolution, et au renforcement de la relation client.

Les participants retirent aussi de la formation une actualisation de leur vision de la relation client, une capacité à partager en équipe les bonnes pratiques rédactionnelles et une consolidation de leurs écrits.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

SAVOIR REpondre AUX EMAILS ET COURRIERS DE RECLAMATIONS CLIENTS

Référence ECRFRA14

Fiche programme

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir répondre spécifiquement aux réclamations écrites ;
- Acquérir les techniques de rédaction en relation client ;
- Savoir valoriser l'entreprise, ses produits et services auprès des clients.

Public concerné

- Tout collaborateur amené à répondre aux réclamations clients, par courrier ou email.

Prérequis

- Savoir utiliser les fonctionnalités de base du logiciel Word (auto-déclaration préalable + test en entrée de formation).

Durée

- Deux jours (14h) consécutifs ou non.

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Indicateur de résultats

Cette formation a un taux de satisfaction de 82,93% sur la performance et l'accomplissement de la prestation.

Aide-mémoire

- PowerPoint utilisé pendant la formation.



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « Boostez votre chiffre d'affaires en répondant efficacement aux réclamations clients ».



Les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

Actualisation : septembre 2022.

CONTENU CLE

EXEMPLE D'APPLICATION 1

En tant qu'experts techniques, Hélène et Julien doivent depuis six mois répondre aux réclamations clients de l'entreprise. Depuis la crise sanitaire celles-ci augmentent et deviennent de plus en plus émotionnelles.

Devant la surcharge de travail et l'impact émotionnel ils ont demandé à être formés aux techniques de réponses écrites aux réclamations clients. Etant donné leurs aménagements distincts d'horaires de travail, ils ont été inscrits à deux sessions distinctes en distanciel. Une souplesse de formation qu'ils apprécient.

EXEMPLE D'APPLICATION 2

Arnaud, Hoang et Rachida ont la responsabilité des réponses écrites aux emails de renseignements et réclamations clients. Jusqu'à maintenant ils ont fait de leur mieux, mais la charge de travail augmente avec le lancement de la nouvelle gamme de services. Ils ont remarqué que bien répondre aux emails de réclamation leur permettaient d'éviter des avis négatifs sur internet.

Devant l'enjeu stratégique de la réputation du service client de l'entreprise, ils ont demandé à suivre dans un premier temps une formation en distanciel pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux réclamations clients.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Prendre conscience des enjeux et contraintes des réclamations clients

- Une opportunité de booster le chiffre d'affaires.

A/ La base : une rédaction efficace des emails et courriers

Fondamentaux de la communication par email et courrier

- Choisir le bon format : email ou courrier (contraintes, différences);
- Définir thème, angle et action du message ;
- Critères de rédaction : cible, objectif, message et média ;
- Utiliser les lois de proximité de l'information pour orienter le lecteur.

Concevoir, structurer et construire son message

- Règles d'accessibilité, lisibilité et compréhension des courriers et emails ;
- Points d'entrée de lecture : électronique et papier ;
- L'objet du mail : un champ crucial ;
- Choisir et hiérarchiser les informations selon 4 niveaux d'utilité.

Renforcer la structure de son écrit

- Utiliser paragraphes et interlignes à bon escient ;
- Choisir le principe du point important vers l'avant ;
- Utiliser les connecteurs logiques pour donner de la force à l'écrit ;
- Mettre la richesse de la ponctuation au service de la clarté ;
- Propositions : appliquer les critères de lisibilité ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer l'écrit : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Relancer pour faire avancer et vivre le dialogue ;
- Simplifier son écrit : faire des phrases simples et courtes.

Finaliser son écrit

- Verrouiller compréhension et mémorisation du message.

B/ Règles cardinales des réponses écrites aux réclamations clients

Influence du contexte sur l'écrit de réclamation (demande et réponse)

- L'influence des réseaux sociaux sur la communication par email ;
- Enjeux de l'interaction électronique en support par email.

Prise en compte de l'insatisfaction du client

- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Abaisser le niveau de stress émotionnel du client ;
- Accepter la légitimité de l'expression de réclamation ;
- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie ;
- Utiliser des formules introductives pertinentes ;
- Valoriser et rassurer le lecteur tout au long de l'écrit.

Expliquer, informer et éduquer pour fidéliser le client

- Développer « l'esprit de résolution » ;
- Confirmer, nuancer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés ;
- Rassurer, construire et positiver ;
- Projeter une image professionnelle : les effets de rédaction ;
- Valoriser la double qualité de relation et production de l'entreprise.

MODALITES DE SESSIONS

Formats

- Formation inter-entreprises, disponible aux entreprises et individuels ;
- Formation intra-entreprise ;
- Coachings ;
- En présentiel, distanciel et hybride.

Dates et lieux

Merci de nous contacter.

Intra-entreprises

Intra-entreprises à la demande, sur votre site ou en nos locaux.

Modalités logistiques

8 participants maximum par session Ce nombre restreint permet un travail poussé en jeux de rôle.

Financement

Formation éligible au FNE-formation renforcé.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Repères de courtoisie envers le client par email

- Les 6 C (courtois, concis, clair, convivial, convaincant, compétent) ;
- Vraiment personnaliser la réponse pour valoriser et fidéliser le client.

Issues de la réclamation

- Refuser avec courtoisie une demande : utiliser les formulations adaptées ;
- Motiver les décisions : faire valoir ses arguments en douceur ;
- Savoir désamorcer en reconnaissant une possible erreur ;
- Bien présenter les excuses de l'entreprise ;
- Savoir valoriser les compensations offertes.

Renforcer la relation fidèle avec l'entreprise

- Conclure sur le futur et ses opportunités.

Formation complémentaire conseillée

[Savoir bien répondre aux commentaires et avis des clients sur internet – ré. ECRFRA15](#)