



BESOINS DE L'ENTREPRISE

Une majorité de collaborateurs manque de repères essentiels en rédaction digitale orientée client. Or, l'effet de ce manque de compétences rédactionnelles est souvent désastreux, avec principalement une multiplication des incompréhensions, confusions et irritations lors des échanges, qui induisent des tensions nuisibles à une relation client de qualité. Avec une traduction en perte de CA à court, moyen et long terme.

Les principales faiblesses repérées sont : le manque de structure, de démonstration, de signalisation, de synthèse, de clarté, et syntaxe parfois confuse.

A ceci s'ajoute un contexte contraignant : temps rare, forte concurrence, formats digitaux asynchrones et instantanés, conversation internet, avis sur les forums, effets SEO de l'empreinte numérique sur les moteurs de recherche et sites d'avis tels que Google, etc.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation offre une méthode concrète, maniable et simple à mettre en œuvre pour communiquer efficacement avec les prospects et clients. Les collaborateurs apprennent tous les repères de rédaction spécifiques aux formats digitaux (emails, sms, chat, WhatsApp), et courriers.

Ils sont aussi sensibilisés à la réalité de l'intrusion de la conversation internet et des conséquences des avis sur les forums dans leur relation client. Ils peuvent établir, renforcer et valoriser la relation client lors des échanges écrits.

REUSSIR SA CORRESPONDANCE DIGITALE ORIENTEE CLIENTS

Référence ECRFRA10

Fiche de formation sur mesure

PRESCRIPTIONS

Objectifs

- Savoir appliquer les techniques de rédaction d'une correspondance digitale efficace avec la clientèle ;
- Savoir appliquer la méthodologie de rédaction orientée clients ;
- Savoir valoriser l'entreprise, ses équipes, ses produits et ses services ;
- Se sensibiliser au développement de l'empreinte numérique de l'entreprise et de soi-même.

Public concerné

- Tout collaborateurs ayant à communiquer et correspondre par écrit digital avec les clients.

Prérequis

- Savoir utiliser un logiciel de traitement de texte.
(Auto-déclaration préalable + test en entrée de formation).

Durée

- La formation se déroule à minima sur 1 jour (7 heures) : acquisition méthodes et techniques ;
- La formation se déroule pour un meilleur résultat sur 2 jours (14 heures) pour un entraînement intensif.

Formats

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

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Apports théoriques magistraux, démonstrations et découvertes ;
- Echanges de bonnes pratiques entre stagiaires.
- Etudes de cas concrets et réécriture d'emails par binômes / groupe ;
- Mises en application pratiques sur les emails des apprenants ;
- Débriefings interactifs en groupe

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

Aide-mémoire

- PowerPoint utilisé pendant la formation.



Les participants reçoivent un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « *Rédigez plus rapidement des emails plus efficaces !* » et un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

CONTENU CLE

MODALITES DES SESSIONS

Intra-entreprises

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

Nombre de participants

8 participants maximum par session pour un travail optimisé.

Inscriptions

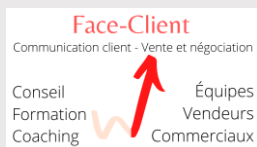
Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-client.com

Confirmation sous 24 heures par retour. Sessions distancielles 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
15-17 rue Scribe
F-75009 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Connaître les principes clés de la rédaction digitale orientée client

- Comment le client perçoit la correspondance avec l'entreprise : freins et accroches ;
- Une double contrainte rédactionnelle : le rédacteur et le client ;
- Les attentes et demandes du client à l'écrit : créer un compromis entre celles du rédacteur et celles du client ;
- Les stratégies de lecture du client : créer une mise en page facilitant la lecture du client.

Utiliser une méthode de rédaction orientée prospect et client

- Donner envie de lire au client : appliquer les critères de clarté, pertinence et ciblage ;
- Expliquer et informer pour éduquer le client ;
- Faciliter la prise d'informations techniques aux non spécialistes ;

Savoir rédiger un message clair et pertinent

- Connaître les règles d'accessibilité, lisibilité et compréhension des écrits ;
- Segmenter et signaler à travers l'écrit orienté client ;
- Emmener le lecteur au fil des arguments présentés : choisir un plan approprié ;
- Traduire le jargon interne de l'entreprise en vocabulaire compréhensible ;
- Savoir créer des points d'entrée visuels ;
- Rendre ses textes visuellement attrayants et dynamiques dans le fond ;
- Savoir mettre en valeur la double qualité de la relation et de la production.

Influencer la perception du client / lecteur

- Utiliser les effets de méthode et démonstration pour influencer la décision du lecteur ;
- Savoir accrocher le lecteur et susciter son intérêt : utilisation des lois de proximité ;
- Argumenter par une progression logique : utiliser coordinateurs logiques et interlignes ;
- Savoir amener sa proposition avec tact, mais clairement ;
- Incitation à l'action : être explicite sur qui est attendu du lecteur ;
- Utiliser un vocabulaire et des expressions à haute influence.

Pouvoir justifier et argumenter avec tact auprès du client

- Savoir équilibrer la relation émotionnelle et la production technique ;
- Faire preuve d'empathie sans hypothéquer l'argumentation factuelle ;
- Savoir distinguer les faits, les opinions et le ressenti dans l'argumentation ;
- Savoir refuser avec courtoisie une demande additionnelle.

Savoir créer et renforcer la relation client à l'écrit

- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie, être courtois, adopter un niveau de langage pertinent ;
- Rédiger pour remercier, valoriser, etc. ;
- Personnaliser la réponse à une réclamation pour fidéliser le client.

Valoriser la prestation de l'entreprise

- Savoir valoriser l'image de l'entreprise à travers une correspondance cohérente ;
- Organiser l'écrit commercial pour créer une impression favorable ;
- Valoriser régulièrement la valeur ajoutée de l'entreprise.