

Fiche Technique:Formation relation client à Tanger

Objectifs de la formation

Chaque participant repart avec un plan d'action personnalisé, des techniques réutilisables et des outils de pilotage.

- Installer des standards: posture orientée client, écoute active, reformulation.
- Professionnaliser appels et rendez-vous: questionner, argumenter, conclure, suivi post-vente.
- Gérer les situations sensibles: objections, réclamations, apaisement, gestion du stress.
- Accélérer les délais de traitement tout en améliorant la qualité perçue.
- Piloter par les KPI: NPS, CES, FCR, taux de conversion, coût de contact, délai de résolution.
- Maîtriser l'omnicanal: adapter le message par canal et fluidifier les transitions.

Population cible

- Managers de centres de contact, superviseurs et responsables SAV.
- Responsables commerciaux et ingénieurs d'affaires.
- Chargés de clientèle (BTP, industrie, énergie, logistique, services).
- Équipes front-office et back-office, y compris terrain et plateaux téléphoniques.
- Équipes du secteur public en contact avec les usagers.
- Directions générales et RH pour ancrer la culture client.

Durée de la formation

Formats souples, adaptés à l'activité et aux pics de charge.

Aspect	Détails essentiels
Modalités	Présentiel à Tanger, distanciel synchrone, intra sur site.
Rythme	Créneaux matin/après-midi, fin de semaine, ou séquences réparties sur un mois.
Durée par module	0,5 à 2 jours selon le thème.
Parcours	Formats courts ciblés ou parcours complets sur plusieurs jours; possible mixte (ateliers + classes virtuelles).

Programme de la formation

Modules ancrés dans des cas BTP, industrie, énergie, logistique, maintenance, transport, agro-industrie et services.

Module	Objectif principal	Durée
Fondamentaux de l'expérience client	Posture client, écoute active, cartographie du parcours.	1 jour
Communication professionnelle et entretien	Questionnement, reformulation, clarté des engagements.	1 à 2 jours
Gestion des situations sensibles	Apaisement, gestion du stress, traitement des réclamations.	1 jour
Vente de valeur et négociation	Argumenter, lever les objections, conclure, assurer le suivi.	1 à 2 jours
Omnicanal et efficacité opérationnelle	Scripts par canal, transitions fluides, réduction des temps.	1 jour
Pilotage des performances	Choix des KPI, rituels managériaux, amélioration continue.	0,5 jour

Méthodes actives: ateliers, jeux de rôle, diagnostics à chaud, cas sectoriels. Kit opérationnel: guides, matrices d'argumentation, check-lists, tableaux de bord.