

→ Gestion de l'accueil physique des clients

Réf : ACP

Objectif

*Incarner l'image de son entreprise auprès du client
Améliorer sa qualité d'accueil en maîtrisant les techniques et outils associés
Répondre efficacement aux attentes du client*

Un bon accueil est primordial pour le respect du client, cela diminue le stress, augmente la notoriété, améliore l'image de marque.

Public

Tout public

Pédagogie

Étude de cas, mise en situation autour de jeux de rôle.

Durée

2 jours (soit 14 heures)

Prix

Inter : 460 € HT/jour (soit 920 € HT pour 2 jours)

Intra : Nous consulter

Les préalables à l'accueil physique

- Les critères de l'accueil du point de vue du visiteur
- Les notions de visibilité et de disponibilité
- La notion de proactivité : "aller vers" le client
- La notion d'endurance : traiter le dernier client du jour comme le premier
- La gestion de l'espace accueil : notions de merchandising et de propreté de la réception

Les dimensions de la communication dans son comportement

- Les dimensions de la communication et leurs impacts sur le message
- Notre attitude est systématiquement interprétée
- Le schéma de la communication

Les attitudes d'un accueil réussi

- Le regard, le sourire, la posture...
- Le look personnel à mettre en phase avec l'image de l'entreprise et sa fonction
- L'impact de la communication non verbale sur son interlocuteur
- Les effets comportementaux du toucher à connaître pour ne pas être surpris
- La bonne distance à notre interlocuteur

Le langage approprié à l'accueil

- Le vocabulaire à employer à l'accueil
- Le bon usage du formalisme
- La présentation personnelle
- La prise de congé pour laisser une bonne image

L'identification rapide de la demande

- Les outils de l'écoute active
- Le questionnement du client
- La boussole du langage pour faire préciser la demande

L'orientation en conséquence de son interlocuteur

- La personnalisation de la prise en charge
- Le traitement d'une demande de renseignement
- La maîtrise du temps lors du traitement de la demande
- Le réflexe "assurance" : assurer et s'assurer qu'on a été compris
- La conclusion

La prise de contact avec différents types de clients

- L'observation des signes non-verbaux qui marquent un besoin d'aide
- La proposition spontanée d'assistance

Les techniques pour traiter les situations délicates à l'accueil

- La gestion des files d'attente et de l'impatience des visiteurs
- Le traitement des récriminations
- La gestion des réclamations clients à l'accueil
- L'intégration des perturbations dues au téléphone