

→ Transformer un client mécontent en client satisfait

Réf : RLC

Objectif

Accueillir.
Prendre en charge.
Analyser rapidement et efficacement la réclamation.
Proposer une solution et y faire adhérer.
Rester professionnel.
Gérer le stress dû à la situation, à la gestion des conflits.

Public

Téléconseiller, chargé de clientèle, service consommateurs, service contentieux, recouvrement, assistant(e) commercial(e)

Pédagogie

Exercices pratiques et jeux de rôles, possibilité d'apport vidéo.

Durée

2 jours (soit 14 heures)

Prix

Inter : 590 € HT/jour (soit 1180 € HT pour 2 jours)

Intra : Nous consulter

LA RÉCLAMATION

Le contexte économique et le poids de la réclamation dans la relation client.

Les différentes typologies de réclamations : de fond, de forme, objective, subjective, agressive...

LE DISCOURS AU TÉLÉPHONE : RAPPEL

Les règles du discours au téléphone : être clair, précis, rassurant, s'exprimer au présent.

Le choix des mots, leur impact.

La fiabilité de la réponse et de son accord.

LA STRUCTURE DE L'ENTRETIEN DANS LE TRAITEMENT DE LA RÉCLAMATION

ACCUEILLIR : l'importance du premier contact/décalage entre l'image présentée au client et l'image ressentie, perçue par le client.

DECOUVRIR : comprendre son interlocuteur et l'origine de la réclamation, le rassurer, poser les bonnes questions : questions ouvertes, semi-ouvertes, fermées...

ECOUTER : l'écoute interne et externe, l'écoute objective et subjective.

Diriger l'entretien : savoir interrompre son interlocuteur, refuser la chaîne négative, être compréhensif, sans être complaisant, oser dire non, sans « casser » la relation, être directif, sans autoritarisme, gérer les agressions verbales directes et recadrer l'entretien sans brusquer son interlocuteur.

REFORMULER à bon escient : montrer que l'on a compris sans reprendre le propos de l'interlocuteur, questionner et rebondir, valider.

LA RÉPONSE APPORTÉE, LA VENTE DE LA SOLUTION

Personnaliser la réponse pour chaque client.

Utiliser la force des propos de l'interlocuteur.

Argumenter.

Vendre les solutions internes possibles.

Vendre le bénéfice client.

Répondre aux objections.

Jongler avec la logique des arguments.

LES ATTITUDES DE SERVICE

Dégager un climat constructif, personnalisé et mettre en confiance.

Montrer sa disponibilité, son adhésion.

Gérer le stress, l'agressivité ou l'insatisfaction du client.