



# Avantages Formation

<b>GERER LES RECLAMMATIONS</b>	<b>Durée : 21 heures</b>
--------------------------------	--------------------------

## Objectifs de la formation

La formation doit permettre aux participants de s'entraîner à la gestion des réclamations :  
Les entraîner à l'écoute et à l'acceptation des clients mécontents.  
Leur donner des techniques d'analyse et de résolution des problèmes.  
Leur apprendre à négocier des solutions acceptables pour le client et à renforcer ainsi la relation clientèle.

## Public concerné et prérequis

Toutes les personnes qui ont à enregistrer et à traiter les réclamations : Pas de prérequis.  
Les commerciaux, personnel d'accueil, conseillers de clientèle qui sont en contact direct avec les clients. Les secrétaires et gestionnaires qui traitent aussi les réclamations écrites.

## Méthodologie et Conditions de formation

Formateur professionnel expert, support de cours fourni. Formation en petit groupe (max.5).  
La formation se déroule par alternance d'exposés et de travaux pratiques.

## Contenu de la formation

### **1 – REGLER LES PROBLEMES DU CLIENT**

- La gestion au quotidien : les temps calmes :  
Connaître le client et identifier ses besoins exprimés ou non.  
Lui donner satisfaction en anticipant ses demandes et le fidéliser.
- Les problèmes courants : les perturbations :  
Origine des problèmes : le client, l'environnement, l'entreprise...  
Analyse des causes et conséquences et recherche de solutions appropriées.
- Gérer les réclamations : les temps d'orage :  
Accepter le mécontentement et les réclamations des clients.  
Ecouter, se montrer accueillant et laisser le client s'exprimer.  
Analyser les faits et leurs conséquences, réparer et compenser les préjudices.  
Conforter la relation et renforcer les liens de coopération.

### **2 – TRAITER LE CLIENT EN PARTENAIRE**

- Développer le réflexe commercial :  
Connaître le client et être attentif à ses souhaits et ses besoins latents.  
Proposer des produits et des services ciblés et adaptés, c'est rendre service au client.  
Savoir argumenter et raisonner en se mettant à la place du client.
- Anticiper les besoins du client :  
Instaurer une relation de confiance : conditions et stratégie à moyen et à long terme.  
Etre à l'écoute des événements de la vie du client et des changements et évolutions de son activité. Etre présent à la naissance des projets, se faire reconnaître et admettre comme conseiller et expert. Assurer le suivi : le partenariat se construit dans la durée et nécessite un travail d'équipe.

### **3 – S'ORGANISER POUR FIDELISER LE CLIENT**

- Choisir des objectifs d'amélioration et établir un plan d'action concerté.  
Définir des critères de réussite, évaluer les résultats et mesurer le degré de satisfaction des clients.  
Progresser dans la qualité du service de façon continue et organisée.  
Répondre aux exigences croissantes du client par un professionnalisme affirmé.