

LA QUALITE ET L'EFFICACITE RELATIONNELLES A L'ÉCRIT

(mail, courrier, formulaire, SMS, chat, réseaux sociaux)

avec la méthode **RESC²-midi[®]**

Animation en présentiel et/ou en distanciel

La méthode **RESC²-midi[®]** est également déclinée à l'oral

Toutes nos formations peuvent être réalisées sur mesure

Objectifs pédagogiques

À l'issue de cette formation, les participants auront la capacité de :

- Comprendre les attentes fondamentales des clients.
- Prendre en charge les demandes, les réclamations, les contentieux, les conflits ; par mail, courrier, formulaire, SMS, chat, réseaux sociaux grâce à la méthode **RESC²-midi[®]**
- Savoir s'adapter au contexte, identifier les phrases rassurantes, les attitudes qui facilitent la relation et mettent à l'aise le client tout en valorisant sa démarche.
- Pouvoir exprimer un refus de façon recevable.
- Être attentif aux risques juridiques dans les écrits et de repérer les termes pouvant fragiliser la marque.
- Réaffirmer auprès du client toute l'attention portée par l'entreprise à sa réclamation afin de renforcer ou retrouver la préférence du client envers l'entreprise.

Programme

1. Comprendre les attentes des destinataires

- Quelles sont les sources de notre satisfaction quand nous sommes client
- Savoir prendre en compte les attentes fondamentales des clients, pour les intégrer dans les pratiques relationnelles par mail, sms, chat, formulaires, réseaux sociaux.

2. Les spécificités du mail, du courrier, du formulaire, chat, sms, réseau social.

- Une rédaction hybride entre le langage écrit et le langage utilisé au téléphone.
- Ses spécificités : l'objet, le découpage du texte et son organisation dans l'espace de l'écran, les formules de courtoisie, la signature.
- S'alerter sur quelques erreurs à éviter : confondre rapidité et coups de sang, proximité et familiarité, vitesse et précipitation - qui expliquent les fréquents allers et retours.
- Rédiger un message concis, explicite et complet.
- Trouver les mots qui permettent de traiter la relation avec souplesse, efficacité et sans risque juridique.

3. Répondre à un message

- Élaborer sa réponse avec une méthode qui structure le message : **RESC²-midi[®]**. Elle a pour objectif d'instaurer la qualité dans la relation. Elle trouve son application dans les situations simples - communiquer une information - comme complexes : traiter une réclamation, faire face à l'agressivité.
- Construire sa réponse écrite après avoir compris la demande du client, ce qui suppose une lecture attentive en attitude « d'écoute » de ce qui est écrit, en évitant les interprétations, et la tentation de la contre-argumentation.

- Reformuler : une nécessité pour montrer que la demande a été comprise, mais comprendre ne veut pas dire approuver.
- Savoir discerner le fait déclencheur - pour le traiter en priorité -. Qu'est-ce qui a provoqué le mail ? Quels autres éléments sont décrits par l'émetteur et seront à traiter ?
- Abandonner la spirale négative du tort ou raison pour passer à une construction compréhension solution.
- Savoir dire non : quelles sont les formulations les plus justes.
- Savoir être proactif en toutes circonstances.
- Définir son objectif de communication : informer ? Faire agir ? Réclamer ? Remercier ?
- Travailler la présentation de son texte pour donner envie de le lire et lui donner tout son sens.
- Profiter de chaque occasion de contact pour prodiguer des conseils et valoriser son entreprise, son service.
- Savoir utiliser les mots de liaison.

4. Mettre en application

S'entraîner à partir des situations professionnelles des participants pour arriver à un quasi-automatisme dans la construction des mails ; la formation est donc une session de production ; permettant de réaffirmer auprès du client toute l'attention portée par l'entreprise.

Méthodes pédagogiques

- Les apports techniques et de méthodes sont synthétisés dans un mémento
- Travail de prise de conscience - début de session - préalable aux apports méthodologiques,
- Nombreux entraînements via des jeux de rôle, des rédactions en binôme et en individuel
- Retours d'expérience, analyses collectives et travail des automatismes
- Pédagogie dynamique interactive, cherchant à développer les compétences dans la bienveillance
- 20% du temps est consacré aux apports méthodologiques, 80% aux mises en pratique

Public concerné

Toute personne salariée ou dirigeant.

Nombre de participants

Idéalement 6 - 8 participants, maximum 10 participants.

Prérequis

Aucun

Lieu de formation

En présentiel ou en distanciel.

Dans vos locaux ou salle de formation externe.

Tous nos lieux de formation sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Durée

1 journée ou 2 journées en fonction du besoin du client.

Tarif journalier

1 700 € HT par journée (en intra entreprise par groupe), soit 3 400 € HT pour deux journées.

Évaluation en cours et en fin de formation

Tour de table ou quiz de positionnement en démarrage de journée, recueil des besoins.

Quizz sur les acquis à mi-parcours au travers de jeux de rôle.

Quizz sur les acquis en fin de formation (à chaud).

Quizz sur les progressions et mise en pratique à J+30 (à froid).

Ressources, supports formatifs et matériels

Remise d'un support à chaque participants, documentation d'actualité, jeux, tests, etc...

PowerPoint, rétro-projecteur, paperboard, clé USB.

Documents de la gestion de la formation

Attestation de présence ; certificat de réalisation.

Inscription

Nos formations se déroulent en intra ou en inter-entreprise, en présentiel ou selon vos besoins en distanciel.

Un délai de 15 jours est demandé aux commanditaires pour finaliser l'inscription à une session après l'envoi du devis ou de la convention, selon si formation en inter ou en intra entreprise.

Si votre situation le nécessite, nos programmes sont adaptables grâce à l'intervention de partenaires et organismes spécialisés. Dans le cas où un accompagnement plus personnalisé devrait être mis en place, nous sommes en mesure de vous diriger vers les organismes / associations adaptées. Nous tenons à votre disposition la liste de ces organismes sur simple demande.