

# COMMUNICATION ENTRE L'ENTREPRISE ET SES CLIENTS

|                          |                                    |
|--------------------------|------------------------------------|
| <b>Durée horaire</b>     | 16h                                |
| <b>Public cible</b>      | Toutes catégories professionnelles |
| <b>Tarif</b>             | Nous consulter                     |
| <b>Nb de participant</b> | 15 à 25 personnes par groupe       |

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

### La formation permettra aux participants de :

- Comprendre à leur niveau et dans leur champs d'activité respectif sur quoi la satisfaction du client repose et de savoir comment la mesurer au sein de son département ou service.
- Assimiler et appliquer quelques outils de mesure et de réaction en vue de la satisfaction des clients.
- Communiquer efficacement avec les dirigeants d'entreprise.
- Définir des liens d'interaction permettant d'entretenir les relations et de fidéliser le client.

## PROGRAMME

- Les techniques et bonnes pratiques pour une posture orientée client
- Une expérience client d'exception axé sur la fidélisation
- Traitement efficace des commandes
- Outils de calcul de la satisfaction client.
- Notions de supply chain (Les WMS, les WCS et les MES)
- Méthodes et pratiques reconnues dans la gestion des relations client

## LES PRÉREQUIS

Il n'y a pas d'exigences de qualification ou de compétences particulière pour assister à la formation. Il faut que la personne soit aux commandes d'un département ou d'un service, de quelques personnels et d'être en relation ponctuelle ou régulière avec des clients externes.

## VALEUR AJOUTÉE DE LA FORMATION

Si une entreprise veut durer dans le paysage socio-économique, elle doit orienter ses activités vers la satisfaction du client. La dimension du « service client » doit faire partie de l'état d'esprit général des salariés et amener à fournir des produits de qualité et un suivi permanent de la demande du client. La formation offre des outils et des méthodes sûrs pour des cadres et des dirigeants afin que leur entreprise s'oriente vers la satisfaction des clients et établissent des relations de confiance et de fidélisation pour faire perdurer les liens commerciaux.