

Compétences et Relation Client : utilisez-vous ces 5 sens ?

Le toucher, la vue, le goût, la vue et l'odorat : ces 5 sens vous permettent de naviguer à travers votre vie quotidienne. Dans le contexte de la formation en relation client, c'est presque pareil à l'exception que ces 5 sens sont un peu différents. Ils s'appellent le **SENS**ationnel, la reconnais**SANCE**, le double-**SENS**, le **SENS**oriel et l'es**SENCE** et sont les ingrédients principaux d'une relation client réussie.

Numéro
1

Du **SENS**ationnel pour apprendre autrement

La gymnastique habituelle pour « faire rentrer un thème dans un format » appelle souvent les mêmes ingrédients : déroulé pédagogique, support, exercice, salle de formation...

La formation de 9h à 17h, entrecoupée simplement de quelques pauses et passée à griffonner et à écouter n'est aujourd'hui (et heureusement !) plus un mal nécessaire.

Comment ? De nouvelles formes d'apprentissages se développent aujourd'hui et permettent une expérience

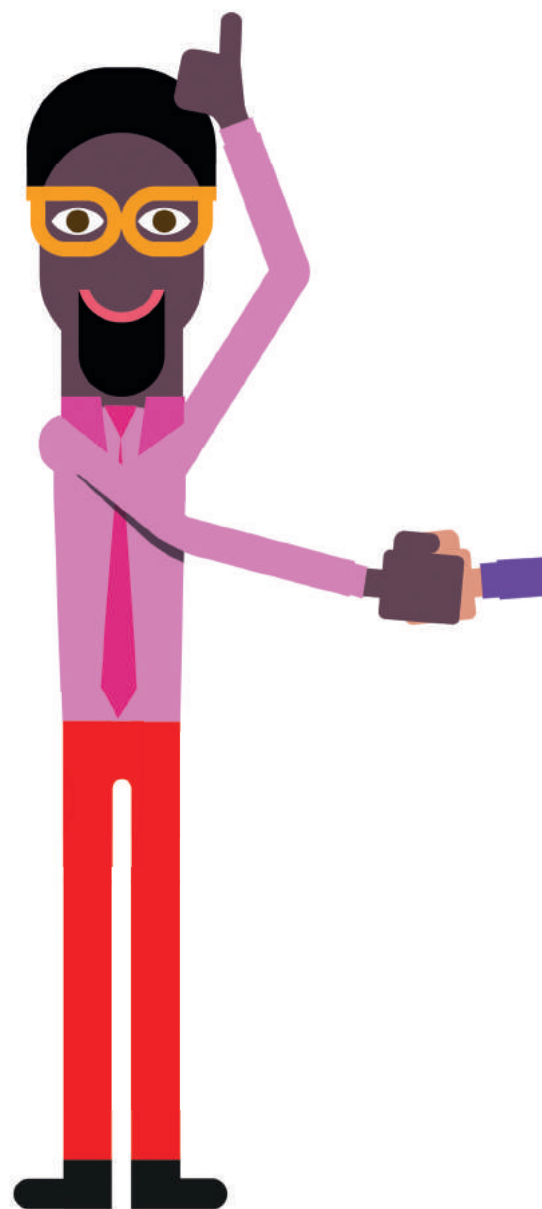
unique et impactante. **Dans la pratique qu'est-ce que ça donne ?** Par exemple en allant directement sur le terrain pour rencontrer les champions de la relation client et découvrir les différents concepts retails. Mais cela peut aussi se décliner avec une formation ayant lieu... en cuisine ! Les participants se retrouvent alors dans un univers décalé et déroutant qui force l'attention devant un projet qui interpelle tous les sens : le goût, l'odeur, la vue, le toucher et l'ouïe.

Numéro
2

De la reconnais**SANCE** avec les parcours certifiants

Les formations certifiantes à l'inventaire de la CNCP, sont des formations courtes (maximum 20 jours) mais réparties sur plusieurs mois pouvant se dérouler en présentiel ou en blended (mix distanciel et présentiel), finançables au CPF permettent au candidat d'obtenir une certification d'une formation. Beaucoup d'entreprises et de collaborateurs ont bien compris l'intérêt d'une formation certifiante et les bénéfices d'un parcours éligible au CPF. Ceux-ci vont dans les deux sens, par

exemple pour l'entreprise, il s'agit d'un gage de qualité. Mais cela permet aussi une montée en compétences et professionnalisation des collaborateurs ainsi que le développement de sa marque employeur et surtout une fidélisation et une limitation du turn-over. Pour le participant on compte de la reconnaissance et valorisation, une montée en compétences qui permet une sécurisation du parcours ainsi qu'une meilleure gestion de carrière : visibilité et mobilité.





reconnaisSANCE
esSENCE
double-SENS
SENSoriel
SENSationnel

Numéro
3

Un projet à double-SENS

La Relation Client est LE domaine promettant pour chaque entreprise une réalité différente. Il est donc primordial de s'adapter aux besoins de chacun. Les formations sur-mesure permettent la co-construction avec le client et l'organisme de formation. L'ensemble de

l'eco-système est embarqué dans la démarche afin de créer la formation idéale pour vous. Les interventions sur-mesure peuvent inclure par exemple : lancement de produit, salon, signature relationnelle, méthode de vente, création et accompagnement, école inter / académie, digita-

lisation des métiers de la vente... Et ce dans tous les secteurs d'activité ! Concevoir, déployer, évaluer : selon le projet, sa taille, sa complexité, le déroulement des étapes est adapté pour s'ajuster aux enjeux et objectifs de chaque entreprise.

Numéro
4

Du SENSoriel : place de l'émotion

Vous souvenez-vous de votre premier baiser ? Et du trentième ? Il est fort probable que vous vous souveniez plus du premier que du trentième. Cela est lié à la force de l'émotion associée à cet événement : l'émotion facilite la trace mnésique. Quel lien avec l'apprentissage ? Focalisons-nous sur le « circuit de la récompense ».

Lorsqu'une personne adopte un comportement, comme manger ou passer un moment agréable entre amis, le

circuit de la récompense est activé, et cette activation est accompagnée d'une sensation de satisfaction. Moralité, dans un processus pédagogique, plus le formateur s'attachera à faire vivre aux apprenants des émotions agréables, plus il suscitera chez ces derniers l'envie d'apprendre et de changer de comportement ! Exemple, learn'n'emotion : stimuler l'émotion par l'apprentissage par exemple en utilisant les techniques théâtrales.

Numéro
5

L'esSENCE de la marque

« L'expérience client est définie comme la somme des émotions ressenties par le consommateur à la suite de toutes ses interactions avant, pendant et après l'achat avec une entreprise représentée par ses : produits, valeurs, centres d'appels, employés, magasins... », une définition proposée par Isabelle Dumoulin, consultante et responsable du domaine vente et Relation Client chez CSP. Elle nous explique que « les clients n'achètent plus de produits, mais des morceaux d'expérience ! »

Oubliez tout ce que vous savez déjà

sur les budgets formations classiques en négociation, en prise de parole, etc. Créer une relation client, c'est imaginer une signature relationnelle entre l'entreprise et ses clients. C'est donc s'atteler à un projet stratégique qui n'adresse pas que la formation mais aussi les IT, les directions commerciales, la communication, le marketing... La signature relationnelle concerne tous les aspects de l'entreprise afin de délivrer une expérience singulière au client et créer chez lui cet attachement à la marque.

Vous connaissez maintenant les 5 sens synonymes d'une formation relation client spéciale. Alors qu'attendez-vous pour sauter le pas et proposer à vos salariés cette expérience de formation unique ?

