

Depuis plus de 20 ans, Convergence est spécialiste dans la conduite au changement, la formation au service de la transformation, du management et de la relation client. Nous accompagnons également nos clients dans la prise en main des solutions TOIP et des outils collaboratifs pour faciliter les nouvelles pratiques de communication et de travail en équipe

Afin de répondre à une demande grandissante, nous ajustons nos modules de formations permettant de répondre à de nouveaux besoins en s’adaptant à la   
mutation du marché.

Nous nous engageons à :

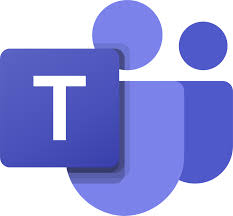
* Délivrer des conseils opérationnels et des prestations sur mesure,
* Transmettre notre savoir-faire et notre expérience,
* Mettre à disposition une équipe de consultants spécialisés,
* Garantir une **mobilité totale** de nos équipes.

Dans une démarche d’inclusion et d’égalité des chances, notre organisme de formation s’engage à rendre toutes ses formations accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous mettons tout en œuvre pour adapter nos modalités pédagogiques, techniques et organisationnelles afin de répondre aux besoins spécifiques de chacun. N'hésitez pas à nous contacter en amont afin d'étudier ensemble les solutions les plus appropriées.

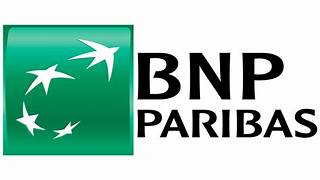
Toutes nos formations peuvent se dérouler en présentiel ou à distance grâce aux outils collaboratifs.





Ils nous ont fait confiance.

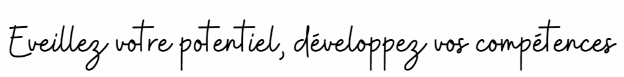












**Nos modules de formation**

1. Bureautique

[1.9 Excel – Tableaux croisés dynamiques – Niveau 1 Erreur ! Signet non défini.](#_Toc181614501)

[1.10 Power BI Desktop – Analyse de données et tableaux de bord Erreur ! Signet non défini.](#_Toc181614502)

1. Management, gestion de la relation clients

[1.1 Traiter les réclamation clients avec succès **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614493)

[1.2 Développez la satisfaction de vos clients **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614494)

[1.3 Mesurer la satisfaction de vos clients, exploiter leurs réclamations **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614495)

[1.4 Manager l’activité d’un service clients **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614496)

[1.5 Hotline – Helpdesk : réussir ses prises d’appels **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614497)

[1.6 Techniciens : optimisez votre relation client **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614498)

[1.7 Traiter les réclamations clients avec succès **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614499)

[1.8 3h Chrono pour construire une enquête clients **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614500)

1. Outils collaboratif, système téléphonique, CTI, softphone

[2.1 Standardistes : Gestion de votre accueil téléphonique **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614503)

[2.2 Agents/Utilisateurs : Gestion de votre outil de prise d’appel **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614504)

[2.3 Superviseurs / Responsable de service : Gestion de votre CG et des statistiques **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614505)

[2.4 DSI / Responsable téléphonie, informatique : Gestion de votre autocom **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614506)

1. [CGV (Conditions Générale de vente) **Erreur ! Signet non défini.**](#_Toc181614507)

### **Traiter les réclamation clients avec succès**

***E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé***

Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance

Délai pour entrer en formation : 2 semaines Durée de la formation : 2 jours Référence : C100





[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable de service clients, commerciaux. |
| **Prérequis / Modalités d’inscription à la formation** |
| Prérequis : Aucun  Modalités d’inscription à la formation :  Inscription en ligne : [**www.convergence-telecom.com**](http://www.convergence-telecom.com)  Par mail : [**lucie.berroyer@convergence-telecom.com**](mailto:lucie.berroyer@convergence-telecom.com)  Par téléphone : 06 30 68 10 28  2 sessions par mois en fonctions des places disponibles. |
| **Organisation et Méthodologie** |
|  |
| Travail en groupe, travaux pratiques, mise en situation.  Matériel sur place : vidéo projecteur, paperboard.  Support de cours envoyé à l’issue de la formation |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes  **Jour 1**   1. **09h00 – 09h30 : Présentation de la formation et de ses objectifs**  * Présentation du programme de formation * Déroulé de la formation * Tour de table des stagiaires * Objectifs attendus  1. **09h30 – 12h30 : Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client (Pause de 11h00 à 11h15)**  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier   **Pause déjeuner de 12h30 à 13h30**     1. **13h30 – 16h30 : Construire et argumenter une solution satisfaisante**  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation     **Jour 2**   1. **09h00 – 09h30 : Point sur la journée de la veille et les objectifs de cette journée** 2. **09h30 – 11h00 : Faire la différence par ses comportements relationnels**  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation   **Pause de 11h00 à 11h15**   1. **11h15 – 12h30 : Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation**  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F.   **Pause déjeuner 12h30 – 13h30**  **13h30 – 15h00 : Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation**   * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. **15h00 – 16h30 : Contribuer à l'amélioration de la qualité de service**  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Développez la satisfaction de vos clients**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Mesurer la satisfaction de vos clients, exploiter leurs réclamations**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Manager l’activité d’un service clients**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Hotline – Helpdesk : réussir ses prises d’appels**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Techniciens : optimisez votre relation client**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Traiter les réclamations clients avec succès**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **3h Chrono pour construire une enquête clients**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Excel – Tableaux croisés dynamiques – Niveau 1**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Power BI Desktop – Analyse de données et tableaux de bord**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Standardistes : Gestion de votre accueil téléphonique**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Agents/Utilisateurs : Gestion de votre outil de prise d’appel**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Superviseurs / Responsable de service : Gestion de votre CG et des statistiques**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **DSI / Responsable téléphonie, informatique : Gestion de votre autocom**

*E-mail, téléphone, courrier : transformer un client mécontent en client fidélisé*



Tarif inter : 1 410,00 € HT

Tarif intra : 4 135,00 € HT



Présentiel ou en classe à distance 2 jours Référence : C100



[Accessibilité personnes à mobilité réduite](https://www.google.com/search?sca_esv=dcbcef83952848e4&rlz=1C1ONGR_frFR1050FR1050&sxsrf=ADLYWIKytpSbEaFHxPanzoihcy11a1rYww:1729704491442&q=accessibilit%C3%A9+personnes+%C3%A0+mobilit%C3%A9+r%C3%A9duite&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjhjZ2ug6WJAxV3VaQEHaAdEVYQBSgAegQIChAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25)

Nous consulter

Lucie Berroyer

06 30 68 10 28

|  |
| --- |
| **Les objectifs de la formation** |
| * Apporter des solutions satisfaisantes à chaque réclamation, * Argumenter les solutions pour fidéliser les clients, * Adapter son comportement aux différents canaux. |
| **Public ciblé** |
| Tout collaborateur amené à traiter les réclamations clients ; SAV, ADV, agents et téléconseillers des centres d’appels, responsable se service clients, commerciaux. |
| **Prérequis** |
| Aucun |
| **Programme** |
| Avant : Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants  Pendant : en groupe de 4 à 10 personnes   1. Traiter chaque réclamation pour fidéliser le client  * Les attentes du client réclamant * La dimension émotionnelle * Choisir le canal le plus adapté * Mise en situation et atelier  1. Construire et argumenter une solution satisfaisante  * Mener, sans le subir, l’entretien * Faire baisser la tension * S’entendre sur l’objectif * Négocier une solution * Mise en situation  1. Faire la différence par ses comportements relationnels  * Rester maître de soi * Faire face à l’agressivité ou à la manipulation des clients * Personnaliser la relation * Mise en situation  1. Optimiser la qualité des réponses écrites à la réclamation  * Analyser la réclamation. * Répondre avec le plan P.P.F. * Alléger le style. * Rédiger un courrier électronique. * Mise en situation  1. Contribuer à l'amélioration de la qualité de service  * Remonter les réclamations. * Alerter d'un dysfonctionnement. |
| **Evaluation** |
| Evaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation. |
| **Les points forts de la formation** |
| * Tous les types de réclamation sont traitées : écrites, face à face, téléphonique, mail. * Chacun travaille sur ses propres réclamations * Les mises en situation et exercices pratiques permettent d’appliquer tout de suite les techniques * La boîte à outils digitale facilite la mise en œuvre |

### **Conditions Générales de vente (CGV)**

**(En vigueur à partir du xx/xx/ 20xx)**

Clause n° 1 : Objet

Les conditions générales de vente décrites ci-après détaillent les droits et obligations de la société ... (dénomination sociale) et de son client dans le cadre de la vente des marchandises suivantes : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (le vendeur doit recenser les marchandises soumises aux CGV).  
Toute prestation accomplie par la société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale) implique donc l'adhésion sans réserve de l'acheteur aux présentes conditions générales de vente.

Clause n° 2 : Prix

Les prix des marchandises vendues sont ceux en vigueur au jour de la prise de commande. Ils sont libellés en euros et calculés hors taxes. Par voie de conséquence, ils seront majorés du taux de TVA et des frais de transport applicables au jour de la commande.  
La société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale) s'accorde le droit de modifier ses tarifs à tout moment. Toutefois, elle s'engage à facturer les marchandises commandées aux prix indiqués lors de l'enregistrement de la commande.

## Clause n° 3 : Rabais et ristournes

Les tarifs proposés comprennent les rabais et ristournes que la société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale) serait amenée à octroyer compte tenu de ses résultats ou de la prise en charge par l'acheteur de certaines prestations.

## Clause n° 4 : Escompte

Aucun escompte ne sera consenti en cas de paiement anticipé.

## Clause n° 5 : Modalités de paiement

Le règlement des commandes s'effectue :

* Soit par chèque ;
* Soit par carte bancaire ;
* Le cas échéant, indiquer les autres moyens de paiement acceptés.

 Lors de l'enregistrement de la commande, l'acheteur devra verser un acompte de 10% du montant global de la facture, le solde devant être payé à réception des marchandises.

## Clause n° 6 : Retard de paiement

En cas de défaut de paiement total ou partiel des marchandises livrées au jour de la réception, l'acheteur doit verser à la société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale) une pénalité de retard égale à trois fois le taux de l'intérêt légal.  
Le taux de l'intérêt légal retenu est celui en vigueur au jour de la livraison des marchandises.

Cette pénalité est calculée sur le montant TTC de la somme restant due, et court à compter de la date d'échéance du prix sans qu'aucune mise en demeure préalable ne soit nécessaire.

En sus des indemnités de retard, toute somme, y compris l’acompte, non payée à sa date d’exigibilité produira de plein droit le paiement d’une indemnité forfaitaire de 40 euros due au titre des frais de recouvrement.  
*Articles 441-6, I alinéa 12 et D. 441-5 du code de commerce.*

Clause n° 7 : Clause résolutoire

Si dans les quinze jours qui suivent la mise en œuvre de la clause " Retard de paiement ", l'acheteur ne s'est pas acquitté des sommes restant dues, la vente sera résolue de plein droit et pourra ouvrir droit à l'allocation de dommages et intérêts au profit de la société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale).

Clause n° 8 : Clause de réserve de propriété

La société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale) conserve la propriété des biens vendus jusqu'au paiement intégral du prix, en principal et en accessoires. À ce titre, si l'acheteur fait l'objet d'un redressement ou d'une liquidation judiciaire, la société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale) se réserve le droit de revendiquer, dans le cadre de la procédure collective, les marchandises vendues et restées impayées.

Clause n° 9 : Livraison

La livraison est effectuée :

* Soit par la remise directe de la marchandise à l'acheteur ;
* Soit par l'envoi d'un avis de mise à disposition en magasin à l'attention de l'acheteur ;
* Soit au lieu indiqué par l'acheteur sur le bon de commande.

 Le délai de livraison indiqué lors de l'enregistrement de la commande n'est donné qu'à titre indicatif et n'est aucunement garanti.

Par voie de conséquence, tout retard raisonnable dans la livraison des produits ne pourra pas donner lieu au profit de l'acheteur à :

* L’allocation de dommages et intérêts ;
* L’annulation de la commande.

 Le risque du transport est supporté en totalité par l'acheteur.  
En cas de marchandises manquantes ou détériorées lors du transport, l'acheteur devra formuler toutes les réserves nécessaires sur le bon de commande à réception desdites marchandises. Ces réserves devront être, en outre, confirmées par écrit dans les cinq jours suivant la livraison, par courrier recommandé AR.

Clause n° 10 : Force majeure

La responsabilité de la société \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dénomination sociale) ne pourra pas être mise en œuvre si la non-exécution ou le retard dans l'exécution de l'une de ses obligations décrites dans les présentes conditions générales de vente découle d'un cas de force majeure. À ce titre, la force majeure s'entend de tout événement extérieur, imprévisible et irrésistible au sens de l'article 1148 du Code civil.

Clause n° 11 : Tribunal compétent

Tout litige relatif à l'interprétation et à l'exécution des présentes conditions générales de vente est soumis au droit français.

À défaut de résolution amiable, le litige sera porté devant le Tribunal de commerce \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (lieu du siège social).

Fait à \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ville), le \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (date)  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (signature du client)  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (signature du représentant légal la société)

