

FORMATION INTER-ENTREPRISES *Jeudi 04 décembre à Paris*

Transformer les cas clients difficiles à gérer en levier managérial

Les cas clients difficiles à gérer, ne se limitent pas aux réclamations. En fonction des contextes cela peut être aussi, le client qui n'a pas de budget, celui qui est content mais est très chronophage, celui qui change d'avis tout le temps... Derrière ces cas, ne se cache pas seulement un enjeu de satisfaction client pour l'entreprise.

Notre expérience nous a permis de constater que la bonne gestion de ces cas difficiles est un puissant levier managérial pour fédérer une équipe commerciale ou service client et améliorer la performance globale de l'équipe.

Objectifs pédagogiques

- Cartographier les moments de vérité et les cas clients difficiles à gérer,
- Travailler collectivement sur des cas concrets (proches des problématiques des participants) pour identifier des leviers d'actions concrets,
- Prendre du recul sur son rôle de manager.

Cible

- Directeur Commercial, Manager d'équipes commerciales, de centres de services client, de services après-vente...

Format

Date & horaires : Jeudi 4 décembre 2014, de 9h à 17h30.

Participants : 8 à 12 personnes

Durée : 1 journée

Lieu : Paris Intra-Muros

Tarif

Tarif pour la journée de formation : 850 Euros HT*

*TVA applicable de 20%.

Points forts de la formation

Une formation adaptée aux participants :

- En amont, via un questionnaire permettant de comprendre le contexte et les attentes
- Durant la journée selon les remontées des participants
- En aval, avec un débriefing individualisé 2 à 3 semaines après la formation

Une pédagogie fondée sur des cas concrets

- Des apports pratiques adaptés aux cas étudiés
- Une animation participative qui s'appuie sur le partage d'expérience des stagiaires
- Mise en scène ludique grâce à des techniques théâtrales

Une co-animation pour plus de dynamisme et d'interactivité

Déroulé de la formation en 4 temps

Qu'est-ce qu'un client difficile à gérer ?

- Notamment pour votre Equipe ? Pour Vous ? Pour les autres acteurs ?
- Prendre conscience que beaucoup des cas difficiles à gérer ne sont pas forcément les cas de clients insatisfaits.
- Quels problèmes peuvent-ils poser ?
- Des exemples concrets seront proposés pour illustrer.

Prise de recul par rapport à son propre rôle de manager

- En quoi le rôle du manager est-il important ?
- Quels sont mes leviers d'action ?

Partage d'expérience d'un manager d'équipe opérationnelle

Un grand témoin manager d'équipe terrain dans des situations clients à risque partagera avec nous son quotidien, les enjeux de son poste et les solutions mises en œuvre pour accroître son leadership et satisfaire les clients

Cas pratiques :

- Etude commune de quelques cas concrets correspondant aux problématiques spécifiques des participants
- Identification des leviers possibles et outils à disposition du manager

Les formateurs

Thomas Royère, fondateur d'un rôle à jouer

Diplômé de l'ESSEC en 1999, Thomas a effectué une première partie de carrière en marketing et développement et a exercé notamment les fonctions de Directeur marketing dans les services financiers.

Après des études théâtrales, Thomas s'est spécialisé, depuis 2010, dans le théâtre d'entreprise et le conseil, au travers d'abord du poste de Directeur général adjoint de la société *Théâtre à la Carte*, et depuis 2013, de la direction d'*un rôle à jouer*. Il est également professeur en organisation & management, à l'ESCP.

A la fois entrepreneur, comédien, consultant et formateur, il travaille depuis 4 ans à accompagner et former des managers, à accompagner des équipes marketing ou commerciales dans leur développement.

Arnaud Allesant, co-fondateur & directeur associé de Customer Factory

Diplômé de l'ESSEC en 1999, Arnaud a effectué une première partie de carrière comme consultant en stratégie et organisation au sein de Deloitte Consulting

Il exerce ensuite la direction marketing et commercial des Thermes Nationaux d'Aix-les-Bains, 1^{er} établissement thermal de France, pour concevoir et mener à bien le plan de retournement commercial de l'établissement.

Il accompagne depuis 5 ans Grands Comptes et ETI dans l'amélioration de leur expérience client. Il est professeur associé en marketing client de Grenoble Ecole de Management

Contacts

Thomas Royère
troyere@unroleajouer.com
Tel 06 60 13 35 61
www.unroleajouer.com

Arnaud Allesant
Arnaud.allesant@customerfactory.fr
Tel 06 89 12 98 63
www.customerfactory.fr