

Objectifs pédagogiques

Identifier les enjeux des écrits dans la relation client.

Acquérir la méthodologie d'un écrit client.

Faire preuve d'empathie et de considération pour faire passer son message à l'écrit.

Public

Toute personne ayant à rédiger des écrits à destination de clients.

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

Modalités pédagogiques

Formateur expérimenté et spécialiste dans son domaine d'intervention.

Méthode active et participative.

Alternance d'apports théoriques, de présentation d'outils, méthodes concrètes et mises en situation pratiques.

Approche basée sur l'expérience des participants.

Moyens et supports pédagogiques

Support de cours numérique et attestation de formation remis en fin de formation.

Modalités d'évaluation et de suivi

Mises en situation pratiques tout au long de la formation pour favoriser l'appropriation des concepts et outils abordés.

Mémorisation des points essentiels de la formation avec des synthèses proposées régulièrement par l'intervenant.

Évaluation des acquis via un quiz des connaissances en fin de session.

- **Les spécificités de la relation client par écrit**
 - Les caractéristiques, avantages et limites de la communication écrite et asynchrone
 - Identifier les enjeux commerciaux et relationnels
 - Les règles de la relation client à l'écrit
- **Identifier le canal de communication adapté à sa relation client**
 - Choisir le bon support en fonction de l'objectif, du contexte et du message
- **Méthodologie de l'écrit dans la relation client**
 - Comprendre les attentes du client
 - Poser ses idées
 - Structurer son message
 - Adopter le bon vocabulaire
 - Les mots et expressions à bannir
 - Éviter les redondances et répétitions, adopter un rythme plus court
 - Apprendre à construire des messages personnalisés orientés clients
 - Éviter les pièges qui peuvent nuire à la relation client
- **Rédiger des courriers orientés clients**
 - Faire preuve d'empathie et de considération dans ses écrits
 - Savoir être rassurant et convaincant
- **Rédiger des e-mails orientés clients**
 - Les spécificités de la communication immédiate
 - Prévenir les pièges de la communication par e-mail
 - Utiliser l'objet comme accroche
- **Maitriser les situations délicates**
 - Répondre à une réclamation
 - Relancer un règlement
 - Savoir dire non tout en écrivant « oui »