

Optimiser sa relation client digitale

Objectifs

- Identifier les canaux de la relation client digitale et leurs enjeux.
- Comprendre les attentes et comportements des clients en ligne.
- Construire une expérience digitale cohérente avec l'image de marque.
- Mettre en place un tableau de bord de performance.
- Rédiger des réponses professionnelles et personnalisées aux avis clients.
- Utiliser l'intelligence artificielle pour assister la rédaction et l'analyse, tout en gardant une communication humaine.
- Gérer efficacement les situations sensibles et anticiper les crises digitales.

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

1 jours - 7 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

Être à l'aise avec les outils numériques (réseaux sociaux, e-mails, plateformes d'avis).

Public concerné :

Directeurs, responsables communication, réceptionnistes, community managers, ou toute personne gérant la relation client en ligne.

Modalités d'évaluations :

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : Évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

COMPRENDRE LA RELATION CLIENT DIGITALE

Identifier les canaux de communication en ligne et leurs usages.
Comprendre les comportements clients et les leviers de satisfaction digitale.
Évaluer l'impact de la e-réputation sur le CA.

CONSTRUIRE UNE EXPÉRIENCE CLIENT DIGITALE COHÉRENTE

Harmoniser les messages et supports selon la promesse de marque.
Identifier les moments-clés d'interaction client.

SUIVRE ET PILOTER LA PERFORMANCE DIGITALE

Déterminer les bons indicateurs de performance.
Construire un tableau de bord simple et exploitable.
Interpréter les données pour ajuster la stratégie.

GÉRER LES AVIS ET PRÉVENIR LES LITIGES

Identifier les typologies d'avis (positif, injuste, abusif).
Rédiger des réponses adaptées, empathiques et personnalisées.
Découvrir comment l'IA peut assister la rédaction tout en gardant une touche humaine.

RÉAGIR EN CAS DE CRISE OU DE BAD BUZZ

Identifier les signaux de crise et adopter la bonne posture.
Construire une réponse claire et cohérente.
Savoir communiquer sous pression avec professionnalisme.

CONCLUSION

Synthétiser les apprentissages et consolider les acquis.
Élaborer un mini plan d'action personnel..

Méthodologie

Inductive : à partir des expériences vécues et des cas réels.

Active : ateliers, simulations, cas pratiques et utilisation d'IA.

Expositif : apports courts et visuels sur la e-réputation.

Coopérative : échanges de pratiques et feedback collectif.

Réflexive : auto-évaluation et plan d'action final.

Exploratoire : test encadré d'un outil d'IA conversationnelle (ChatGPT).