



BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les commentaires et avis des clients sur internet sont une source incomparable d'informations sur la perception des produits et services. Mais ils sont en même temps un levier à double tranchant sur la qualité de cette perception par le public. S'il est impossible de contrôler cette conversation internet, on peut cependant y participer pour faire entendre la voix de l'entreprise. Encore faut-il en connaître les codes rédactionnels spécifiques...

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte toutes les techniques de réponses aux commentaires et avis des clients internautes. Elle fournit les outils rédactionnels nécessaires à l'accompagnement de la conversation web et au renforcement de la relation client. Elle apporte une méthode complète, simple à mettre en œuvre, pour rédiger des réponses efficaces aux commentaires et avis clients.

FORMATS

Cette formation est disponible en présentiel, distanciel et hybride.



CONTACT



ADRESSE : FACE-CLIENT
PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

TELEPHONE : +33 (0)607191842
E-MAIL : patrickjay@face-client.com
SITE WEB : www.face-client.com

SAVOIR BIEN REpondre AUX COMMENTAIRES ET AVIS DES CLIENTS SUR INTERNET

Référence ECRFRA15

Fiche de la formation

PRESCRIPTIONS

Objectifs

- Acquérir les repères, méthodes et techniques de rédaction de réponses aux avis clients sur internet ;
- Savoir expliquer et argumenter les choix de l'entreprise ;
- Savoir générer de l'empathie vers les clients internautes à l'écrit au profit de l'image de l'entreprise ;
- Protéger l'entreprise des crises médiatiques sur les réseaux sociaux.

Public concerné

- Tout collaborateur qui rédige pour le lectorat internet de l'entreprise ;
- Tout collaborateur qui promeut l'image de l'entreprise sur le web.

Prérequis

- Connaître les sites sur lesquels les clients de l'entreprise commentent.

Durée

- Deux jours (14h) consécutifs ou non.

Formats

- Cette formation est disponible en présentiel, distanciel et hybride.

Les + pédagogiques de la formation :

- Consultant-formateur expert ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Dates et lieu 2020

Session en distanciel depuis Paris Opéra 75002 :

- 28 et 29 décembre 2020.

Dates garanties dès la 1ère inscription ;

Interface Zoom.

Modalités logistiques présentielle et distancielles

- ✓ 6 participants maximum par session (respect des normes COVID19 + nombre restreint permettant un travail poussé en rédaction et feedbacks individuels).
- Durée : 2 jours (14h) ; horaires : 9h à 12h30 - 13h30 à 17h.

Covid 19 et distanciel

Des pauses sanitaires et de bien-être (aération / concentration intense sur écrans) sont insérées.

Budget

- 680 € HT/jr = 1360 € HT/participant ;
- Déjeuner inclus en présentiel (plateau repas de qualité).

Financement

- Formation éligible au FNE-formation renforcé.

PROGRAMME - CONTENU

EXEMPLE D'APPLICATION

Catherine et Michel sont les deux managers d'une équipe de six collaborateurs dédiés à la veille client sur internet et aux réponses aux avis sur les forums. Ils ont pu jusqu'ici se satisfaire de techniques empiriques, mais ils sentent bien que leur équipe stresse car elle manque de repères précis. Ils réalisent que répondre aux avis et commentaires des clients de l'entreprise sur les forums internet nécessite des repères et une méthode.

Catherine et Michel décident de faire former leurs six collaborateurs pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux avis internet.

INSCRIPTIONS

- En intra-entreprises à la demande, sur votre site ou en nos locaux ;
- En individuel sur les sessions interentreprises en nos locaux ;
- Dans les deux cas en présentiel et distanciel.

SESSIONS INTER-ENTREPRISES

Ces sessions vous permettent d'inscrire individuellement vos collaborateurs sur cette thématique essentielle pour vos résultats opérationnels.

Dates et lieu 2020

Distanciel depuis Paris Opéra 75002
- 28 et 29 décembre.

Dates garanties dès la 1ère inscription ;
Interface Zoom.



CONTACT



ADRESSE : FACE-CLIENT
PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

TELEPHONE : +33 (0)607191842

E-MAIL : patrickjay@face-client.com

SITE WEB

www.face-client.com

Le cadre juridique de l'expression : points de vigilances

Comprendre et utiliser les codes de la conversation internet

- Réponses de l'entreprise aux commentaires et avis clients sur internet
 - o Une opportunité d'influence cruciale ;
 - o Un lieu de défense et promotion de l'image de l'entreprise.
- Influence des réseaux sociaux sur le dialogue avec les clients
 - o Un jeu à trois : client, communauté et entreprise.
- Codes en conversation internet : utiliser les lois de proximité pour se synchroniser avec l'internaute.

Mieux comprendre le cadre juridique : point sur les éléments de droit

- Avis et droit de réponse sur internet : deux articles et décret à connaître (ex. condamnation basée sur les avis clients).
- Habilitation à exercer le droit de réponse sur internet ;
- Exclusion du droit de réponse : nature du service interactif ;
- Limites générales à la liberté d'expression ;
- Critique et diffamation, diffamation et dénigrement, insultes et injures, diffamation et atteinte à la vie privée : bon à savoir ;
- Appel au boycott par les internautes : les limites ;
- Entreprise : le compromis entre juridique et communication.

Objectifs et méthode de réponses : la stratégie de réponse

Quand l'internaute client donne son avis

- Objectifs implicites et explicites des critiques du client internaute ;
- Prise de pouvoir des internautes : influence / nuisance ;
- Lectorat internaute : portraits / avatars d'intervenants web.

Ce que la communauté en tire comme conclusions

- Objectifs implicites et explicites de la communauté ;
- Intérêt, curiosité, voyeurisme ;
- Le lectorat du client internaute : portraits de lecteurs web ;
- Un lectorat en mode réactif constant ;
- Les préjugés contre le monde corporate.

Point de vue de l'entreprise

- Objectifs implicites et explicites de l'entreprise ;
- Limites du pouvoir d'influence de l'entreprise ;
- Profiler le lectorat web de l'entreprise ;
- Portraits d'intervenants web ;
- Emotions vs raison : bien doser les ingrédients.

Techniques rédactionnelles : comment rédiger la réponse

Prendre en compte les commentaires et avis du client

- Accepter la légitimité de l'expression de l'internaute ;
- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Soigner la relation avec la communauté : montrer de l'empathie ;
- Valoriser et rassurer la communauté tout au long de l'écrit.

Traiter les effets de l'insatisfaction selon les principes de la CNV

- Reconnaître la « blessure », exprimer regrets, proposer une réparation, dire quels moyens on met en œuvre pour éviter une répétition ;
- Rassurer sur le futur et exprimer la volonté de poursuivre la relation.

Présenter le point de vue de l'entreprise

- Confirmer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés sans s'opposer ;
- Savoir désamorcer et éventuellement, présenter des excuses ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer le message : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Conclure sur le futur et ses opportunités pour la communauté.