



SAVOIR REpondre AUX EMAILS ET COURRIERS DE RECLAMATIONS CLIENTS

Référence ECRFRA14

Fiche synthétique initiale de formation sur mesure

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les écrits de réclamations clients sont des indicateurs directs du potentiel de fidélisation envers l'entreprise. Si elle sait y répondre correctement, elle peut garder un lien fort avec ses clients existants et les fidéliser. Elle peut aussi exploiter ces informations pour améliorer ses produits et services. Cependant, encore trop peu de collaborateurs ont les capacités rédactionnelles pour bien y répondre; la relation client est alors en danger.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation fournit une méthode complète, simple à mettre en œuvre, de réponse aux réclamations clients par emails et courriers. Elle fournit toutes les techniques de rédaction nécessaires à la prise en compte des demandes, à leur résolution, et au renforcement de la relation client.

Les participants retirent aussi de la formation une actualisation de leur vision de la relation client, une capacité à partager en équipe les bonnes pratiques rédactionnelles et une consolidation de leurs écrits.

CONTACT



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

TELEPHONE : +33 (0)607191842

E-MAIL : patrickjay@face-client.com

SITES WEB

www.face-client.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs

- Savoir répondre spécifiquement aux réclamations écrites ;
- Acquérir les techniques de rédaction en relation client ;
- Savoir valoriser l'entreprise, ses produits et services auprès des clients.

Public concerné

- Tout collaborateur amené à répondre aux réclamations clients, par courrier ou email.

Prérequis

- Savoir utiliser les fonctionnalités de base du logiciel Word.

Durée

Deux jours (14h) consécutifs ou non.

Les + pédagogiques de la formation :

- Consultant-formateur expert ;
- 8 participants maximum ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

CONTENU CLE

Prendre conscience des enjeux et contraintes des réclamations clients

- Une opportunité d'échange d'informations cruciales
- Renforcer la fidélité du client

A/ La base: une rédaction efficace des emails et courriers

Fondamentaux de la communication par email et courrier

- Choisir le bon format: email ou courrier (contraintes, différences);
- Définir thème, angle et action du message ;
- Critères de rédaction : cible, objectif, message et média ;
- Utiliser les lois de proximité de l'information pour orienter le lecteur.

Concevoir, structurer et construire son message

- Règles d'accessibilité, lisibilité et compréhension des courriers et emails ;
- Points d'entrée de lecture: électronique et papier ;
- L'objet du mail: un champ crucial ;
- Choisir et hiérarchiser les informations selon 4 niveaux d'utilité.

EXEMPLE D'APPLICATION

Arnaud, Hoang et Rachida ont la responsabilité des réponses écrites aux emails de renseignements et réclamations clients. Jusqu'à maintenant ils ont fait de leur mieux, mais la charge de travail augmente avec le lancement de la nouvelle gamme de services. Ils ont remarqué que bien répondre aux emails de réclamation leur permettaient d'éviter des avis négatifs sur internet. Devant l'enjeu stratégique de la réputation du service client de l'entreprise, ils ont demandé à suivre dans un premier temps une formation pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux réclamations clients.

CONTACT



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

TELEPHONE : +33 (0)607191842

E-MAIL : patrickjay@face-client.com

SITES WEB

www.face-client.com

Renforcer la structure de son écrit

- Utiliser paragraphes et interlignes à bon escient;
- Choisir le principe du point important vers l'avant;
- Utiliser les connecteurs logiques pour donner de la force à l'écrit;
- Mettre la richesse de la ponctuation au service de la clarté;
- Propositions : appliquer les critères de lisibilité.
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis
- Ne pas polluer l'écrit : distinguer faits, opinions et sentiments;
- Relancer pour faire avancer et vivre le dialogue ;
- Simplifier son écrit : faire des phrases simples et courtes.

Finaliser son écrit

- Verrouiller compréhension et mémorisation du message.

B/ Règles cardinales des réponses écrites aux réclamations clients

Influence du contexte sur l'écrit de réclamation (demande et réponse)

- L'influence des réseaux sociaux sur la communication par email;
- Enjeux de l'interaction électronique en support par email.

Prise en compte de l'insatisfaction du client

- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Abaisser le niveau de stress émotionnel du client ;
- Accepter la légitimité de l'expression de réclamation;
- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie ;
- Utiliser des formules introductives pertinentes ;
- Valoriser et rassurer le lecteur tout au long de l'écrit.

Expliquer, informer et éduquer pour fidéliser le client

- Développer « l'esprit de résolution » ;
- Confirmer, nuancer, ajouter, clarifier: dissiper les ambiguïtés ;
- Rassurer, construire et positiver ;
- Projeter une image professionnelle : les effets de rédaction ;
- Valoriser la double qualité de relation et production de l'entreprise.

Repères de courtoisie envers le client par email

- Les 6 C (courtois, concis, clair, convivial, convaincant, compétent) ;
- Vraiment personnaliser la réponse pour valoriser et fidéliser le client.

Issues de la réclamation

- Refuser avec courtoisie une demande: utiliser les formulations adaptées ;
- Motiver les décisions: faire valoir ses arguments en douceur ;
- Savoir désamorcer en reconnaissant une possible erreur ;
- Bien présenter les excuses de l'entreprise ;
- Savoir valoriser les compensations offertes.

Renforcer la relation fidèle avec l'entreprise

- Conclure sur le futur et ses opportunités.