

# FORMATION GÉRER LA RELATION CLIENT ET INTERAGIR SUR LES MÉDIAS SOCIAUX



- 🗨️ Présentiel ou distanciel
- 📍 Paris, France ou International
- 🕒 7 heures soit une journée
- 📅 E-learning sur demande
- 🏢 Inter, intra, coaching, sur-mesure ou sur étagère
- 👤 3 à 12 personnes
- 💰 à partir de 980€ HT / pers. / jour
- 🔍 Référence 20202940

## Objectifs

- 📌 Approfondir la place des canaux digitaux dans la gestion de la relation client
- 📌 Savoir décrypter les interpellations et conversations des internautes sur ces nouveaux canaux digitaux
- 📌 Acquérir et déployer une méthodologie pour répondre aux internautes
- 📌 Identifier les nouvelles tendances de la relation client digital

## Formateur

Notre formatrice, experte dans la relation client web sur les médias sociaux, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 5 ans.

## Prérequis de la formation

Cette formation ne nécessite aucun prérequis

## À qui s'adresse cette formation ?

Des directeurs et responsables de la relation client, des community managers, des chargés de la relation client, des conseillers de clientèle, des responsables communication et marketing.

## Présentation

Les consommateurs ont parfaitement compris tout l'intérêt qu'ils ont à utiliser le web en général et les réseaux sociaux en particulier pour faire entendre leurs attentes vis à vis des marques.

Les services clients se transforment donc pour intégrer au mieux cette nouvelle dimension. Les entreprises doivent optimiser la qualité de la relation client et ainsi augmenter la satisfaction des clients. Cette journée de formation vous aidera à en comprendre les enjeux et à adopter les bonnes pratiques. Les services clients rodés aux canaux de GRC traditionnels (courrier, téléphone, mail...) doivent désormais compter avec les réseaux sociaux. Les consommateurs ont en effet bien compris tout l'intérêt qu'ils ont à aller y exprimer leur mécontentement... Leurs avis ou réclamations, de par leur visibilité, peuvent en effet nuire sérieusement à la réputation d'une marque.

C'est pourquoi les services de SAV se forment de plus en plus à la gestion de la relation clients sur les canaux digitaux. Quelle posture et quel ton avoir ? Quel timing de réponse adopter ? Comment valoriser les retours d'expérience consommateurs positifs ? Quelle organisation interne mettre en place pour répondre aux nouvelles exigences du web social ? Comment en mesurer le retour sur investissement ? Cette journée de formation illustrée de cas concrets et d'exercices pratiques aura pour objectif de vous faire adopter les bonnes pratiques et de vous décomplexer dans l'usage de ces nouveaux canaux.

## Programme

### Faisons connaissance

- Tour de table
- Auto-Évaluation de votre maturité digitale sur la relation client sur le Web
- Débrief de l'animateur
- Introduction

### Le client 2.0 inverse-t-il les rôles ?

- La prise de pouvoir du consomm'acteur
- Les usages de communication générationnels
- Les bonnes pratiques pour les marques
- Retour d'expérience

### Les spécificités de l'écriture pour le web

- Les bonnes pratiques
- Atelier d'écriture

### Stratégie GRC sur Facebook

- Chiffres clés
- Les fonctionnalités publiques d'une page
- Les fonctionnalités utilisées pour le SAV

- Timing et méthodes pour un SAV efficace
- Atelier : Analyse du SAV sur 4 pages de marques

### Le SAV avec Messenger et autres plateformes de chat

- Chiffres clés
- Les avantages pour le consommateur et le conseiller
- Nouvelles méthodes et bonnes pratiques

### Stratégie de GRC sur Twitter

- Chiffres clés
- Usages et intérêts du SAV sur Twitter
- Les bonnes pratiques SAV sur Twitter

### Les prises de parole sur les forums

- Spécificités des forums
- Méthodes pour une réponse efficace et pertinente

### Une prise en charge spécifique à chaque cas

- Codification des conversations

### Valorisation des témoignages clients positifs

- Importance des retours positifs pour le conseiller et l'entreprise
- Mesure du taux de satisfaction

### Conclusion

- Intelligence artificielle et chatbots : l'avenir ?

## Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, travaux pratiques, atelier, échanges d'expérience.

## Quelles sont les modalités pédagogiques employées ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 1, mise à jour le 1 janvier 2020

Organisme certifié



★★★★★ 4.7/5

Satisfaction de nos apprenants en 2019

[www.digitalacademy.fr](http://www.digitalacademy.fr)