



Programme de formation

L'ADV au cœur de la relation clientèle

Des marchés de plus en plus concurrentés, des habitudes de consommation qui ont changé, des clients avec des attentes nouvelles, et la multiplication des canaux de communication.

Autant d'éléments qui ont contribué à l'émergence d'une nouvelle stratégie : « l'omnicanalité ! ».

Cette stratégie s'appuie sur le fait que le client prend désormais le temps de s'informer, de comparer, en utilisant tous les outils digitaux à sa disposition.

L'enjeu majeur, pour les entreprises, est donc désormais de comprendre, et d'analyser, les attentes des clients tout au long de leur parcours d'achat, et ce afin de personnaliser l'expérience.

Les objectifs de la formation

1. Comprendre l'importance, et le fonctionnement, de la stratégie Omnicanal
2. Intégrer la notion d'Expérience client, et optimiser sa relation
3. Comprendre l'importance, et le rôle, d'un service ADV
4. Savoir communiquer de façon efficace
5. Comprendre les interfaces avec les différents services

Les compétences visées

- Comprendre les enjeux pour l'entreprise de la Relation client
- Participer à l'action commerciale
- Savoir gérer ses priorités

Les contenus de la formation

Stratégie Omnicanal et Expérience client

- Les fondements d'une bonne stratégie Omnicanal
- L'utilisation des outils et supports de communication
- L'Expérience client : de la prise de conscience du besoin au post-achat

Le rôle de l'ADV dans l'entreprise

- La place du service ADV dans l'entreprise
- Les différentes fonctions du service ADV au service du client (CRM, tarifs, commandes...)

La communication

- Mieux communiquer en interne
- La communication clients

Les interfaces avec les services

- La collaboration interne
- La gestion du temps
- Les différents outils

Nos principes d'action

- Dynamique de groupe.
- Pédagogie active / sollicitation.
- Alternance de théorie et d'exercices.
- Mise en pratique en situation.

Évaluation

- Evaluation formative : en début de formation
- Evaluation sommative : par le biais d'exercices pratiques
- Analyses de groupes

Les outils

- Vidéoprojecteur, projection PowerPoint
- Ordinateur

Le public concerné

- Assistant (e) s commercial (e) s
- Chargé de clientèle
- Programme accessible aux personnes handicapées : nous [consulter](#)
- Public ayant une expérience de la relation avec le client
- Outils bureautiques
- Exemples de situations vécues

PRE-REQUIS :

Le lieu

- Formation chez le client

La durée et les horaires

Formation présentielle de :

- 2 journées de 7 heures, soit 14 heures.

Le formateur

Éric Bardin, formateur « GM ! Conseil Formation »

- Développement commercial, développement marketing, management d'équipe,