



# Programme de formation

## Gérer la relation client et interagir sur les médias sociaux

Les services clients rodés aux canaux de GRC traditionnels (courrier, téléphone, mail...) doivent désormais compter avec les réseaux sociaux. Les services de SAV se forment de plus en plus à la gestion de la relation clients sur les canaux digitaux. Cette formation vous permettra en outre de valoriser les retours d'expérience consommateurs positifs et de mettre en place une organisation pour répondre aux nouvelles exigences du web social.

### Les objectifs de la formation

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

### Les contenus de la formation

#### M1 Le client 2.0 inverse-t-il les rôles ?

- La prise de pouvoir du consommateur
- Les usages de communication générationnels
- Intelligence artificielle et chatbots: l'avenir ?
- Les bonnes pratiques pour les marques

#### M2 L'écriture pour le web

- Les bonnes pratiques
- Atelier d'écriture

#### M3 Les stratégies 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

## M4 Le SAV sur messenger et autres plateformes de chat

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

## M5 Stratégie de GRC sur Twitter

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

## M6 Les prises de parole sur les forums

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

## M7 Une prise en charge spécifique à chaque cas

- Codification des conversations

## M8 Valorisation des témoignages clients positifs

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

## Nos principes d'action

- Théorie
- Partage d'expériences de la part des formateurs et stagiaires
- Exemples de présence professionnelle

## Évaluation

- Evaluation formative : en amont de formation par test de positionnement.
- Evaluation sommative à travers un questionnaire de fin de formation et un tour de table.
- Attestation de stage
- Feuille de présence
- Certificat de réalisation

- Evaluation à froid : à 3 mois.

## Le public concerné

- Tout public concerné par la communication
- Directeurs de communication, des Chargés de communication, des Responsables des relations extérieures, des Responsables des RP, des Attachés de presse, des Chefs de projets, des Chefs de produits.

### PRE-REQUIS :

- Avoir un ordinateur, un portable

## Informations complémentaires

- Programme accessible aux personnes en situation de handicap : nous consulter
- Délai d'accès pour inscription : 1 mois.

## Le lieu

- Formation chez le client

## La durée et les horaires

- Formation de 2 jours soit 14 heures, 9h-12h30 / 14h-17h30.

## Le formateur

**Laurence Paul**, Formatrice GM ! Conseil Formation  
Directrice artistique et experte réseaux sociaux

Pour nous joindre : 06.09.89.35.42, [gmerliere@gm-conseil-formation.fr](mailto:gmerliere@gm-conseil-formation.fr)