



Gagnez 6 mois dans la prise en main de votre service relation client

Lundi 30 juin - mardi 1er juillet 2025
et **lundi 22 septembre 2025** (3 jours)

Nombre de places : 8

En présentiel, 67 rue de Chabrol (75010)

2 100 € HT
(tarif entreprise adhérente)

2 600 € HT
(tarif entreprise non adhérente)

Programme détaillé

Public concerné et prérequis

Cette formation s'adresse aux responsables de SRC, professionnels de la relation client en position de manager/décideur, en prise de poste, idéalement depuis moins d'un an. Aucun prérequis n'est demandé pour cette formation.

Objectifs

- Prendre 3 jours de recul pour reprendre de l'inspiration et faire le point sur l'activité de son SRC en regard des attentes d'aujourd'hui
- Identifier et comprendre les évolutions des attentes des clients et des collaborateurs pour singulariser l'expérience client, créer de la valeur et s'adapter aux nouveaux standards
- S'approprier les enjeux du management de l'insatisfaction client et s'inspirer des bonnes pratiques partagées au sein de l'AMARC, le plus grand réseau de professionnels de la réclamation client
- S'approprier des outils pour accompagner ses équipes dans le traitement des réclamations
- Evaluer la performance de son service et disposer d'un benchmark des mesures existantes
- Comprendre la culture client et identifier des leviers de transformation
- Bénéficier des interventions d'experts pour construire une vision à 360° du management de l'insatisfaction client
- Bénéficier de retours d'expériences opérationnels de praticiens



Programme

Jour 1



Marie-Louis JULLIEN

Fonction : Délégué général de l'AMARC

Expertise : Management de l'insatisfaction client, concepteur et animateur de plus de 50 conventions AMARC

● Enjeux et bonnes pratiques du management de l'insatisfaction client

- S'approprier les nouveaux enjeux de la réclamation client
- Identifier les 6 étapes pour initier une démarche orientée réclamation client
- S'inspirer d'un panorama de bonnes pratiques, issues d'un benchmark d'entreprises



Thierry SPENCER

Fonction : Co-fondateur

Expertise : Consultant, conférencier, auteur d'ouvrages et blogueur sur Sensduclient.com.

Thèmes de prédilection : le service, la relation client, l'expérience client et les tendances de la relation client.

● Tendances de la relation client et incidences sur l'accompagnement des équipes

- Comprendre les nouvelles attentes des clients et relever son niveau d'exigence opérationnelle
- Bénéficier de bonnes pratiques pour gérer la relation à distance et s'adapter aux nouveaux standards
- Disposer d'un panorama des métiers du service client : profil et compétences
- Comment penser l'expérience en symétrie et prendre soin des collaborateurs ?

Jour 2



Laurent GARNIER

Fonction : Co-fondateur de KPAM

Expertise : Etudes et analyses de la voix du client et des collaborateurs, parcours « miroir », KPAM a réalisé plus de 650 modélisations de parcours clients et accompagnés plus de 150 entreprises sur leur projet 'expérience Client' ces 7 dernières années

● Expérience client et expérience collaborateurs

- Découvrir les 10 typologies de comportements de clients réclamants
- Identifier les 9 visages du collaborateur en contact avec les clients
- Quelques clés pour coordonner l'expérience client et l'expérience collaborateur
- Bonnes pratiques pour investir les moments clés du parcours client



Daniel RAY

Fonction : Professeur Grenoble Ecole de Management et fondateur d'Academics for business, responsable de l'Institut du Capital Client

Expertise : Créateur du COS (Customer Orientation Score, fidélité client, marketing de l'innovation technologique, méthodes quantitatives, satisfaction client

● Culture client et kpi – de la mesure à l'action

Le management opérationnel et relationnel de votre SRC :

- Disposer d'un état des lieux des mesures existantes, et de quelques clés pour comprendre les utilisations possibles de ces indicateurs de performance
- Evaluer la performance de votre service client, à quoi ça sert ? Présentation du Complaint Model
- Valoriser les pépines en pépites au-delà de l'analyse qualité

Jour 3



Florence BOUCHOT

Fonction : Permacultrice Client et Responsable Culture Client chez FDJ

Expertise : culture client, expérience client, expérience collaborateur, satisfaction client, accompagnement des collaborateurs, design et mesure de dispositifs culture client, amélioration continue

● La culture client en pratique

- Identifier les besoins, les leviers et les dispositifs pour insuffler une culture client, adaptée aux enjeux et à la maturité de son organisation
- Évaluer et ajuster les dispositifs culture client
- Partage de retours d'expériences dans la mise en place de différents programmes culture client et échanges.



Stéphane BOURRIER

Fonction : Directeur de BU et de l'Expérience Client

Expertise : relation client, expérience client, Prix Qualité régional Ile de France 2001, mention « management orienté client », management de la qualité

● Gagner 6 mois dans la prise en main de son SRC ?

- Positionner son service client comme un véritable centre de profit
- Mobiliser le soutien de sa direction générale
- Quelques clés pour coordonner l'expérience client et l'expérience collaborateur
- Choisir des actions à mettre en place afin d'améliorer son management de la réclamation, orientées clients et collaborateurs
- Choisir et exploiter ses indicateurs en fonction de ses enjeux

Les points forts

- 👍 Des interventions d'experts pour bénéficier de retours d'expériences concrets et de prise de hauteur
- 👍 Un benchmark des pratiques issues de différents secteurs
- 👍 Une prise de recul et une inspiration pour accélérer la mise en place de projets clairs orientés réclamations clients
- 👍 Des échanges entre pairs issus de secteurs différents pour progresser et construire son réseau professionnel

Méthodes et moyens pédagogiques

L'AMARC propose aux stagiaires une formation en présentiel, leur permettant ainsi de prendre du recul, de sortir de leur quotidien pour mieux appréhender les enjeux de leur métier. L'animation proposée en interentreprises favorise les échanges de bonnes pratiques entre organisations de secteur variés, le développement de son réseau professionnel pour aller plus loin que la simple acquisition de compétences.

La formation est séquencée de la façon suivante :

- Autodiagnostic individuel
- Apports théoriques grâce aux interventions d'experts
- Nombreux échanges et partage de bonnes pratiques

Pour le bon déroulement de cette formation et pour permettre aux intervenants d'appuyer leur propos, nous mettons à disposition des stagiaires les supports de formation projetés. Ces supports sont mis à la disposition des stagiaires à l'issue de la formation. En complément, nous demandons aux participants de compléter leur autodiagnostic du management de l'insatisfaction client afin de rapidement disposer de quelques éléments clés pour faciliter l'identification et la mise en place de leurs actions.

Nous proposons aux stagiaires dont l'entreprise est adhérente à l'AMARC un accès générique au site des bonnes pratiques. Les non adhérents peuvent accéder à une partie des bonnes pratiques et s'inscrire à la News Hebdo librement. Nous invitons les stagiaires à s'inscrire à l'Hebdo de l'AMARC pour suivre nos activités, s'y inscrire, et suivre l'actualité de la profession.