PROGRAMME DE FORMATION · COMMERCIAL · RELATION CLIENT

À distance, en classe virtuelle

Construire une relation client solide et engageante

Réf MM-PROG-COM-2-001-14H · v1.0 · Novembre 2026

14h	2 jours	5	1 260 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Structuration ou amélioration de la relation client pour fidéliser et développer la valeur dans la durée.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Diagnostiquer le marché et les meilleures pratiques de la relation client de son secteur
2. Cartographier le parcours client omnicanal et ses moments de vérité
3. Adopter une posture relationnelle qui personnalise l'expérience client
4. Gérer les clients difficiles et exploiter l'IA conversationnelle en appui
5. Piloter une démarche de Customer Success Management (CSM) sur la rétention et l'expansion
6. Mesurer la satisfaction client et faire évoluer sa stratégie relation client

POUR QUI

Dirigeants, équipes commerciales et SAV, Customer Success Managers et chargés de relation client. Tout niveau, ouvert aux personnes en contact avec des clients.

AVANT DE COMMENCER

Expérience du contact client (commercial, SAV, CSM, terrain)

Poste de travail avec accès à internet, suite bureautique

Disposer de cas clients réels à analyser pendant la formation relation client

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Marché et parcours de la relation client · Posture et personnalisation de l'expérience client

Audit du marché sectoriel et benchmarks de la relation client · Écoute active et empathie dans la relation client

MODULES 3 ET 4

Gestion des clients difficiles · Customer Success Management (CSM)

Gestion des objections et des insatisfactions client · Rôle et périmètre du Customer Success Manager

MODULE 5

Mesure, écoute client et plan d'action relation client

Relation client proactive et valeur ajoutée

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports
- Jeux de rôle
- Études de cas

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 3H

Marché et parcours de la relation client

Audit du marché sectoriel et benchmarks de la relation client · Meilleures pratiques sectorielles de la relation client · Cartographie du parcours client omnicanal et points de contact · Identification des moments de vérité dans la relation client · Attentes et émotions client

MODULE 2 · 4H

Posture et personnalisation de l'expérience client

Écoute active et empathie dans la relation client · Communication assertive et gestion émotionnelle · Personnalisation à l'échelle avec les données client · Reconnaissance et fidélisation dans la durée · IA conversationnelle en appui du conseiller : chatbots et agents

MODULE 3 · 2H

Gestion des clients difficiles

Gestion des objections et des insatisfactions client · Méthodes de réponse aux clients difficiles · Cas complexes et gestion des situations sensibles

MODULE 4 · 3H

Customer Success Management (CSM)

Rôle et périmètre du Customer Success Manager · Intégration client et temps d'appropriation · Indicateur de santé client et détection du risque de churn · Stratégies de rétention et lutte contre le churn · Expansion en CSM : upsell et cross-sell · Segmentation de portefeuille et guides opérationnels CSM · Revues trimestrielles (QBR) et IA en customer success

MODULE 5 · 2H

Mesure, écoute client et plan d'action relation client

Relation client proactive et valeur ajoutée · Écoute client structurée et exploitation des retours · Indicateurs de satisfaction et d'effort client et pilotage de la qualité · Veille et tendances de la relation client · Plan d'action cas fil rouge en relation client

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Projet final de plan d'amélioration de la relation client · Livrables : cartographie du parcours client omnicanal, plan CSM, plan d'amélioration de la relation client

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

1 260 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44