

De l'expérience à l'excellence client : Mobiliser ses compétences et développer ses talents

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Transverse : ■ **Le domaine de la certification est transverse : Numérique - Transports - Construction - Ingénierie - Distribution - Assurance - Banque - Chimie - Métallurgie - Energie - Automobile - Télécoms - Santé**

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **413z**, **300**, **312**

Code(s) ROME : **D1213**, **D1214**, **G1703**, **C1203**, **H1101**

Formacode : —

Date de création de la certification : **05/05/2017**

Mots clés : **client**, **communication**, **services**, **relation**

Identification

Identifiant : **3400**

Version du : **21/02/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **NA**

Non formalisé :

- [La perception « du parcours client » s'est améliorée, selon l'étude de l'AFRC \(Association Française de la Relation Client\).](#)
- [Pour les dix prochaines années, l'Institut National de la Relation Client \(INRC\) fixe comme objectif pour la France d'atteindre le niveau actuel du Brésil concernant la satisfaction client.](#)
- [L'Académie du Service, Ipsos et Trusteam Finance s'associent pour créer le prix Excellence Client récompensant les entreprises qui placent les clients au cœur de leur stratégie.](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

Les objectifs de cette habilitation sont de permettre au candidat de prendre conscience de ses propres comportements et de leur impact dans une situation de service, de comprendre et intégrer les caractéristiques des comportements dominants dans la relation de service, de s'entraîner à être dans une relation client équilibrée et de renforcer ses connaissances, développer la culture de service.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

■ Non

Descriptif général des compétences constituant la certification

Cette certification vise l'acquisition des compétences suivantes :

Gérer la relation clientèle

S'approprier les bases d'une communication efficace

Prendre conscience de ses propres comportements et de leur impact dans une situation de service

Intégrer les caractéristiques des comportements dominants dans la relation de service

Analyser et identifier les origines des situations difficiles afin d'être proactif dans la relation

Atténuer les émotions des clients dans les situations sensibles

Analyser ses propres attitudes et émotions lors des gestions de situations difficiles

Utiliser des techniques de résolution de situations sensibles « gagnant – gagnant »

Améliorer l'expérience client

Réussir la phase d'accueil du client, le premier contact

Accompagner le client dans ses déplacements

Clôturer l'échange et susciter l'envie de revenir

Utiliser les repères du marketing de service au quotidien

Intégrer les évolutions de la relation client dans ses pratiques

Adapter sa posture et sa communication à l'autre vis-à-vis des attendus définis par l'entreprise

Modalités générales

La formation menant à la certification s'étale sur 4 à 5 jours, soit une durée allant de 28h à 35h maximum. L'Académie du service s'adapte aux contraintes du secteur professionnel en proposant une formation blended-Learning. Les connaissances s'acquièrent au travers de trois modules digitaux, via une plateforme d'apprentissage en ligne accessible 7j/7j. La mise en pratique se fait en présentiel. Les sessions de formation accueillent une dizaine de candidats.

La formation se répartit sur des temps bien délimités afin de révéler et développer les talents relationnels :
Module 1 : Motiver. Une fiche "bénéfices personnels" spécifique aux collaborateurs et aux managers est remise durant ce module.

Module 2 : Apprendre. Durant ce module, l'apprenant suit une étape digitale de 2h suivi d'une journée en présentiel.

Module 3 : Transférer. Les apprenants ont accès à une plateforme de partage des difficultés et bonnes pratiques relationnelles. Les managers ont des fiches d'observation et de débriefing.

Module 4 : Mesurer. Cette étape s'appuie sur les indicateurs clés de performance et si besoin sur le Baromètre Cultures Services et Talent Relationnel développés par l'Académie du service.

Les activités visées par la formation étant les suivantes :

Activité 1 : Gestion de la relation client

Activité 2 : Gestion des situations difficiles

Activité 3 : Analyse des codes relationnels dans le milieu professionnel

Activité 4 : Optimisation de la satisfaction client

Public visé par la certification

- Cette certification s'adresse à tous les métiers dont la relation de service est le cœur de métier (tels que Responsable Relation client / service après-vente / conseiller vente / agent d'accueil etc.) et les métiers ayant des fonctions relationnelles à assurer à travers leur mission première (personnel hospitalier – agent de contrôle transports – opérateur téléphonique – technicien de maintenance etc.). Tous les secteurs d'activité sont concernés, du public comme du privé.

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

Cette certification apporte un gage de qualité aux individus. Le parcours menant à la certification permet aux individus de maîtriser la relation client et les codes relationnels. Grâce à cette certification, les individus pourront créer des relations de confiance avec leurs clients et collaborateurs, appréhender au mieux les relations difficiles, gérer la relation interculturelle et fidéliser leurs clients. Le détenteur de la certification peut ainsi accompagner l'entreprise dans sa démarche d'amélioration continue de l'expérience client.

Pour l'entité utilisatrice

Au travers cette certification, les entreprises détiendront du personnel formé et sensibilisé à la culture de service. Cela induira une valorisation des collaborateurs développant ainsi leur motivation et leur engagement. L'entreprise verra la satisfaction clients et collaborateurs augmenter, tout comme l'indice de recommandation, les parts de marchés et le chiffre d'affaires.

Evaluation / certification

Pré-requis

Aucun.

Compétences évaluées

Les compétences suivantes sont évaluées :

Gérer la relation clientèle

S'approprier les bases d'une communication efficace

Prendre conscience de ses propres comportements et de leur impact dans une situation de service

Intégrer les caractéristiques des comportements dominants dans la relation de service

Analyser et identifier les origines des situations difficiles afin d'être proactif dans la relation

Atténuer les émotions des clients dans les situations sensibles

Utiliser des techniques de résolution de situations sensibles « gagnant – gagnant »

Améliorer l'expérience client

Réussir la phase d'accueil du client, le premier contact

Accompagner le client dans ses déplacements

Clôturer l'échange et susciter l'envie de revenir

Utiliser les repères du marketing de service au quotidien

Intégrer les évolutions de la relation client dans ses pratiques

Centre(s) de passage/certification

- Au sein de l'entreprise cliente ou dans les locaux de l'établissement certificateur au 87 Boulevard Haussmann, 75008 Paris.

Adapter sa posture et sa communication à l'autre vis-à-vis des attendus définis par l'entreprise

Seule la compétence "Analyser ses propres attitudes et émotions lors de gestion de situations difficiles" est non évaluée.

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

Absence de niveaux.

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Un certificat de réussite est remis au candidat, comprenant le nom du certificateur et du candidat, la date de passage, la signature du certificateur et celle du candidat.

Plus d'informations

Statistiques

L'Académie du Service a formé plus de 11 000 candidats sur les trois dernières années.

Concernant cette certification, 1587 candidats ont suivi tout ou partie de la formation menant à la certification en 2014, 1059 en 2014 et 3100 en 2016. L'augmentation du nombre de personnes formées montre l'intérêt des entreprises et le besoin de cette certification.

Autres sources d'information

L'offre de formation de l'Académie du Service : <http://www.academieduservice.com/fr/notre-offre>

La Fondation service Lab, première fondation de recherche dédiée au management et marketing des services : <http://www.fondationservicelab.org/>

Le prix excellence client : <https://excellenceclient.com/> ;