



### DOMAINE DE LA FORMATION

Commercial, services aux voyageurs



### PUBLIC CIBLE

Personnel de front office cadres et agents de maîtrise



### OBJECTIFS

Appréhender les dimensions de la relation Client et ajuster sa posture lors des interventions auprès des clients

Accompagner le développement de la compétence relationnelle de ses équipes



### PRÉREQUIS

Avoir exercé une fonction ayant une relation avec la clientèle



### PROGRAMME

Identifier les concepts de base de la production de service (servuction)

Identifier les composantes et les caractéristiques de la servuction

Connaître les enjeux de la satisfaction Client et les impacts de la relation Client sur la satisfaction

Comprendre les principes et composantes de la communication interpersonnelle

Identifier les freins psychosociologiques, intellectuels et physiques de la communication

Identifier les quatre dimensions de la relation Client : s'ajuster, valoriser, oser, s'affirmer et les moyens d'y parvenir

Définir la notion d'assertivité dans la relation Client



### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Mises en situation, exercices et études de cas, test d'assertivité et questions interrogatives



### DURÉE



### LIEU

