

**DOMAINE DE LA FORMATION**

Commercial, services aux voyageurs

**PUBLIC CIBLE**

Chefs de gare, en prise de poste

**OBJECTIFS**

Connaître les fondamentaux de la communication et adapter son attitude aux situations et aux publics : clients, agents, autorités, médias...

Etablir une stratégie de communication pour affronter la crise médiatique et communiquer avec efficacité

Savoir appliquer la procédure de gestion des situations perturbées et de gestion de l'information

**PRÉREQUIS**

Avoir exercé la fonction d'encadrant Commercial

Avoir des notions sur la communication orale (prise de parole en public)

**PROGRAMME**

Identifier les attentes Clients en gare en situation normale et en situation perturbée

Connaître les fondamentaux et les outils de la communication et identifier les freins à une communication efficace

Définir le management opérationnel et différencier le rôle opérationnel et hiérarchique du responsable

Définir la situation perturbée et son impact sur La qualité de service et la satisfaction Client

Prendre en charge les voyageurs en situation perturbée

Connaître le système de gestion de l'information (outils, acteurs, procédure, chaîne de l'information)

Connaître la chaîne de l'information (procédure de l'information des voyageurs en gare et à bord du train)

Identifier les acteurs de la prise en charge des voyageurs en situation perturbée (acteurs internes et externes)

Identifier les enjeux relationnels du chef de gare en situation perturbée (postures et attitudes induites)

**MODALITÉS PÉDAGOGIQUES**

Mises en situation, études de cas, procédure « S2A N 9 situation perturbée », procédure de traitement de l'information, guide ACT, jeux de rôles

**DURÉE****LIEU**