

Mieux rédiger ses écrits digitaux d'information, de suivi commercial et réponse aux demandes et réclamations

<https://estim-formation.com/formation-rediger-ecrits-digitaux-information-suivi-commercial-reponse-reclamation>

Objectifs de la formation

- Connaître les règles de rédaction pour :
 - informer et rassurer un client à l'écrit lors de la relation commerciale
 - maintenir à l'écrit la relation de confiance avec un client qui s'inquiète
- Savoir traiter rapidement et efficacement les e-mails de réclamation de clients insatisfaits ou mécontents
- Savoir faire référence de manière diplomatique aux parties prenantes et partenaires de la relation commerciale

Programme pédagogique

Connaître les principes directeurs de la communication écrite en relation client

- Comment le client perçoit la correspondance avec l'entreprise : freins et accroches
- Une double contrainte rédactionnelle : le rédacteur et le client
- Les attentes et demandes du client à l'écrit : panorama
- Rédaction : créer un compromis entre les attentes du rédacteur et celles du client
- La réalité des stratégies de lecture du client
- Créer des circuits de lecture pour le client
- Créer un environnement rédactionnel favorable à la lecture du client

Utiliser une méthode de rédaction orientée clarté et pédagogie

- Se mettre à la place du lecteur : grille d'analyse des besoins d'information
- Savoir répondre aux préoccupations du client : utilisation des lois de proximité
- Comment rédiger un objet pertinent, explicite et concis
- Donner envie de lire au client : appliquer les critères de clarté, pertinence et ciblage
- Expliquer et informer avec pédagogie pour éduquer le client sur les process
- Faciliter la prise d'informations sur les process : principes de vulgarisation

Savoir rédiger un message clair et pertinent

- Connaître les règles d'accessibilité, lisibilité et compréhension des écrits
- Segmenter et signaler à travers l'écrit d'information
- Donner en permanence des repères sur les correspondances successives
- Emmener le lecteur au fil des arguments présentés : choisir un plan approprié
- Savoir être concis par la précision du vocabulaire
- Traduire le jargon interne de l'entreprise en vocabulaire compréhensible
- Savoir créer des points d'entrée visuels : paragraphes et interlignes

Comment influencer la perception du client / lecteur

- Utiliser les effets de méthode et démonstration pour influencer la perception du lecteur
- Argumenter par une progression logique: utiliser coordinateurs logiques et interlignes
- Savoir amener sa proposition avec tact, mais clairement
- Incitation à l'action : être explicite sur qui est attendu du lecteur
- Utiliser un vocabulaire et des expressions à haute influence

Pouvoir justifier et argumenter avec tact auprès du client

- Savoir rassurer le client : une méthode systématique
- Comment bien expliquer en se mettant au niveau de la connaissance du client
- Ajuster la valorisation de ses arguments en fonction de la perception psychologique du client
- Savoir distinguer les faits, les opinions et le ressenti dans l'argumentation
- Comment compléter, préciser, nuancer une information sans paraître paternaliste
- Comment prendre en compte l'insatisfaction du client
- Savoir désamorcer en reconnaissant une erreur et en présentant ses excuses
- Comment rectifier, invalider une information avec diplomatie
- Savoir refuser avec courtoisie une demande additionnelle.

Comment créer et renforcer la relation client à l'écrit

- Savoir équilibrer la relation et la production
- Faire preuve d'empathie sans hypothéquer l'argumentation factuelle
- Personnaliser la correspondance pour fidéliser le client
- Repères de courtoisie envers le client
- Adopter un niveau de langage pertinent

Savoir valoriser la prestation de l'entreprise

- Savoir valoriser l'image de l'entreprise à travers une correspondance cohérente
- Organiser l'écrit de suivi pour créer une impression favorable
- Valoriser régulièrement la valeur ajoutée de l'entreprise

Prérequis et public cible

Prérequis de formation :

Avoir les connaissances de base des principes de comportement en relation client

Etre familiarisé avec les principes généraux de la gestion des réclamations clients

Savoir utiliser un logiciel de traitement de texte

Connaître les spécificités d'un logiciel de messagerie électronique

Public concerné :

Tout collaborateur chargé de :

- rédiger des écrits de suivi commercial pendant la relation commerciale
- répondre par écrit aux lettres et e-mails de réclamation des clients et partenaires
- Service réclamation
- Hotline
- Toute service amené à répondre à des réclamations par téléphone, par mail et par courrie

Modalité d'évaluation pédagogique

Méthodes d'apprentissage :

Mises en application sur les documents de relation commerciale entrants et sortants de l'entreprise (information, réclamations, et réponses)

Apports théoriques par le formateur

Echanges de bonnes pratiques entre stagiaires

Evaluation des compétences acquises par les stagiaires :

Jeux et exercices pratiques

Apports théoriques et pratiques

Réécriture de courriels par binômes

Débriefings interactifs en groupe

Groupe de 4 à 8 participants maximum, pour plus de confort pédagogique