

Rendre l'expérience client génératrice de bien-être pour les collaborateurs,  
de satisfaction pour les clients et de performance pour l'entreprise

Vous souhaitez fidéliser vos clients et en acquérir de nouveaux ? Faîtes en sorte que l'expérience délivrée par vos collaborateurs soit génératrice de bien-être!

Notre conviction est que bien-être des clients et bien-être des collaborateurs sont intimement liés. Alliant les enseignements de la science du bonheur (psychologie positive et neurosciences) aux fondements théoriques et pratiques de l'Expérience Client, cette formation a pour objectif d'outiller votre personnel en contact avec la clientèle, pour lui permettre d'adopter des pratiques quotidiennes sources de bonheur pour tous.

## Enjeux de cette formation

- Identifier les leviers de bien-être client et adopter les postures relationnelles génératrices de satisfaction.
- Identifier ses propres ressources et s'approprier les outils permettant d'être soi-même heureux dans la relation à autrui.
- Mettre en œuvre des pratiques favorisant l'engagement des clients.

## Participants

- Personnel en charge de la relation client (en points de vente, en centres d'appels, etc.).
- Toute personne au contact de clients internes ou de fournisseurs (ex : fonctions supports, hotline technique, acheteurs, etc.).

## Objectifs

A l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Comprendre son rôle dans la construction d'une Expérience Client réussie.
- S'approprier les outils qui favorisent son épanouissement dans son métier au quotidien.
- Réaliser son plan d'actions personnalisé pour plus de bonheur dans la relation client.

## Les +

- Apports théoriques à la fois issus de la science du bonheur et de la science de l'expérience client.
- Mise en main d'une boîte à outils pour développer le bien-être dans la Relation Client.
- Utilisation de la synergie de groupe pour concevoir son plan d'action personnel et expérimenter ses changements de posture à travers des mises en situation et des exercices pratiques.

## Pédagogie

- **Des contenus éprouvés** : cette formation s'appuie sur des apports scientifiques (psychologie positive, neurosciences, marketing de l'expérience client...) ainsi que sur les connaissances et expériences de la Fabrique Spinoza, le think tank du bonheur citoyen.
- **Une pédagogie active** : alternance d'expérimentations, d'apports théoriques et de temps d'échange d'expériences entre pairs. Pendant toute la formation, les participants travaillent sur des actions concrètes à mettre en œuvre à leur retour en entreprise.
- **Une dynamique de groupe forte** : cette formation s'appuie aussi sur les outils de l'intelligence collective.

## Programme

Cette formation est organisée selon **2 formats** :

**Présentiel**: 2 jours consécutifs.

**Distanciel** (vidéo-conférence) : 2 jours (4 demi journées)

### 1 – Décoder l'essentiel de la science du bonheur dans la Relation Client

Se mettre à la place du client pour définir la Posture relationnelle génératrice de bien-être.

Etat des connaissances sur la Science du Bonheur et l'Expérience Client (notamment symétrie des attentions).

### 2 - Identifier collectivement les leviers à mettre en œuvre pour générer le bien-être des clients et des collaborateurs

Se doter d'outils concrets pour mettre en pratique les connaissances acquises lors du premier module.

### 3 – Mieux connaître ses ressorts individuels

Comprendre ses sources de motivation, reconnaître ses talents et les mettre au service de l'organisation.

Adopter une posture positive, centrée sur ses forces et ses potentiels.

### 4 - Passer de l'intention à l'action

Construire son plan d'actions personnalisé pour développer son propre bien-être au service de celui du client.

*Une attestation de fin de formation est remise à chaque participant.*

## Les formateurs

**Aurélié Pennel** : Après plus de 10 années de management en centres d'appels et 4 années en tant que responsable de l'expérience client au sein de la Direction Marketing d'un grand Groupe français, Aurélié enrichit ses pratiques en développant une expertise sur les sciences du bonheur.

Elle a notamment co-écrit le livre « Cultiver l'optimisme », paru aux éditions Eyrolles en janvier 2018 et donne des conférences sur l'optimisme.

**Delphine Luginbuhl** : Forte de 15 ans d'expérience en entreprise, Delphine est aujourd'hui coach professionnelle, spécialisée en engagement des collaborateurs. A ce titre, elle accompagne individuellement et collectivement des acteurs de la relation client à plusieurs niveaux de l'entreprise.

Ingénieure de l'Ecole Centrale Paris et diplômée de psychologie positive, elle a co-écrit le livre « Cultiver l'optimisme », paru aux éditions Eyrolles en janvier 2018 et donne des conférences sur l'optimisme.

## Tarifs

Tarif Entreprises : 1 850 € HT - Tarif Associations et TPE : 1 150 € HT

Nous contacter pour les tarifs du format Distanciel

**15% du prix d'inscription** est destiné à soutenir les travaux de recherche de la Fabrique Spinoza.

Frais de repas non compris.

## Intra

Cette formation peut être dispensée en intra-entreprise.

Contactez-nous pour définir les modalités.