

# L'Académie Spinoza pour les professionnels de la Relation Client

INTRA

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

## LES ENJEUX

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.

## LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le participant aura appris à :

- ❖ Identifier les grandes attentes des clients en termes de postures relationnelles
- ❖ Comprendre son rôle et celui du collectif de travail dans la construction d'une Expérience Client réussie.

## LES OBJECTIFS OPERATIONNELS

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

- ❖ Utiliser les outils qui favorisent son épanouissement dans son métier au quotidien.
- ❖ Réaliser le plan d'action de l'équipe pour plus de bonheur dans la relation client.

## MODALITÉS PEDAGOGIQUES

Cette formation est organisée selon 2 formats :

Présentiel : 1 jour

Distanciel (vidéo-conférence) : 1 jour (2 demi journées)

**INTRA** : Cette formation est organisée exclusivement en intra-entreprise. Contactez-nous pour définir les modalités.

**INFOS PRATIQUES** : Frais de repas non-compris.

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

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : nous contacter en cas de besoins particuliers pour un participant



Tarifs :  
Sur devis : nous consulter



Présentiel (le lieu sera précisé au moment de l'envoi de la convocation) & Distanciel



Durée : 7h  
Dates : Définies avec le client.

*Vous souhaitez fidéliser vos clients et en acquérir de nouveaux ? Faites 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. €*

## PÉDAGOGIE

- ★ Des contenus éprouvés : cette formation s'appuie sur des apports scientifiques (psychologie positive, neurosciences, économie et sociologie du bonheur...) 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. Pendant toute la formation, les participants travaillent sur une action concrète 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.

## 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.

## PUBLIC

- ★ 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.).

Pré-requis : aucun.

## LE PROGRAMME

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

### 3 - 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.

#### Formalisation à l'issue de la formation :

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

**Modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs de la formation** : Des outils d'évaluation d'atteinte des objectifs sont utilisés à chaque formation. Ils sont adaptés aux participants. Exemples d'outils : quizz, mise en situation, ...

## FORMATRICES Aurélie 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, Aurélie 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.



**INSCRIPTION, INFORMATIONS et DELAIS d'ACCES**  
Géraldine Dupré [geraldine.dupre@fabriquespinoza.org](mailto:geraldine.dupre@fabriquespinoza.org) - 0628372479