

Formation : Gérer la relation client sur les réseaux sociaux et les sites de notation

Cours pratique - 2j - 14h00 - Réf. RRW

Prix : 1500 CHF H.T.

Cette formation vous permettra de mettre en place les meilleures pratiques de la relation client sur l'ensemble des réseaux sociaux et des sites d'avis en ligne, tout en véhiculant une image positive de votre entreprise.

Objectifs pédagogiques

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

- ✓ Appréhender les enjeux de la relation client en univers connecté
- ✓ Maîtriser les règles et principes de la communication interactive avec les clients
- ✓ Valoriser l'image de la marque et de l'entreprise par une communication écrite adaptée
- ✓ Assurer la satisfaction client et l'impliquer dans la communication positive de la marque
- ✓ Gérer l'ensemble des comportements sur les réseaux sociaux

Public concerné

Conseillers client, hotliners, tout collaborateur en charge de la relation client sur les réseaux sociaux.

Prérequis

Connaissances de base de la relation client.

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Atelier digital : étude des pratiques de la relation client sur les réseaux sociaux.
Bonnes pratiques et mise en situations concrètes.

PARTICIPANTS

Conseillers client, hotliners, tout collaborateur en charge de la relation client sur les réseaux sociaux.

PRÉREQUIS

Connaissances de base de la relation client.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Cerner les enjeux de la relation client sur les réseaux sociaux

- Comprendre les usages du web collaboratif et les tendances.
- L'évolution des attentes des clients dans l'univers digital.
- L'impact des avis consommateurs sur l'e-réputation.
- Identifier les différentes sources d'avis (réseaux sociaux, Google, TripAdvisor...).
- Définir l'impact sur son organisation.

Réflexion collective

Réflexion collective sur les craintes et les avantages de la gestion des avis clients en ligne. Chaque participant fait le point sur l'e-réputation de son entreprise.

2 Savoir adapter ses réponses aux différentes situations

- Comprendre l'impact de ses interactions publiques et les risques.
- Elaborer une charte rédactionnelle (style, ton, éléments de langage...) pour l'image de l'entreprise.
- Gérer les différentes situations : questions, avis, remerciements, réclamations, urgences, troll...
- Connaître les bonnes pratiques pour augmenter l'impact de ses interactions.

Exercice

Individuellement ou en groupe : identification des différentes situations et définition d'une charte pour des réponses adaptées.

3 Mettre en place une relation client efficace sur les réseaux sociaux et sites de notation

- Personnaliser ses profils sociaux pour la relation clients, transmettre ses messages, orienter le client.
- Mettre en place une charte de comportement sur ses réseaux sociaux.
- Les bonnes pratiques de modération.
- Anticiper les situations pour gagner en réactivité.

Travaux pratiques

Atelier de personnalisation des profils sociaux pour la relation client, mise en place de messages automatiques sur Facebook et Instagram, création de smartlink dédié à la relation client.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

4 Professionnaliser son organisation

- Utiliser l'IA pour optimiser ses réponses et gagner en rapidité.
- Maîtriser les règles propres à chaque réseau social (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, WhatsApp, Google...).

Exercice

Créer un prompt IA personnalisé pour assister la gestion de ses réponses, pratique de prompts experts à personnaliser, adapter ses réponses aux contraintes et usages de chaque réseau.