

## Relation client

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Transverse : ■ **Les compétences validées par la certification sont par essence exercées dans tous types d'environnements professionnels et domaines d'activité du secteur marchand, mais également non-marchand (services, fonction achat des établissements publics)**

La certification concerne tout professionnel chargé d'entrer en relation et d'interagir avec un client. Les activités de ce professionnel peuvent concerner la vente de produits et/ou de services. Le terme client désigne les interlocuteurs de ce professionnel (clients, prospects, patients, usagers, prescripteurs, acheteurs, représentants...).

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **312**, **410**, **413**

Code(s) ROME : **M1601**, **D1408**, **C1201**, **D1401**, **D1403**

Formacode : —

Date de création de la certification : **01/01/2010**

Mots clés : **Excellence relationnelle**, **Accueil**, **Qualité de service**, **Satisfaction client**

### Identification

Identifiant : **2890**

Version du : **11/07/2017**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [PFA \(Filière Automobile et Mobilités\), Février 2017, enquête qualité de la relation client fournisseur.](#)
- [Etude RSE par France Stratégie, Janvier 2016 auprès de 8 500 entreprises françaises.](#)
- [Etude INSEE du 12/05/2015 : Relation client, axe stratégique pour développer la vente.](#)

Non formalisé :

- [Baromètre intimité client, CSC, Challenges, TNS Sofres auprès de grandes entreprises.](#)
- [Les Echos - 17 Mars 2017 : « Service de qualité de bout en bout »](#)
- [Association française de la relation client \(AFRC\)](#)

### Descriptif

#### Objectifs de l'habilitation/certification

La certification « Relation client » permet au professionnel certifié de se trouver en capacité d'évoluer avec aisance et impact dans ses interactions avec la clientèle.

Le candidat aura ainsi validé sa capacité à :

- 1 - Maitriser la relation client au quotidien pour assurer sa satisfaction**
- 2 - Communiquer en se montrant pédagogue**

## 3 - S'adapter au client et à la situation

## 4 - Gérer avec agilité les situations délicates pour préserver la qualité de la relation client

## 5 - Générer le WOW effect pour atteindre l'excellence de service

Il s'agit d'un ensemble **compétences génériques et transversales** doublées de **compétences spécifiques aux réalités professionnelles** prévisibles auxquelles le candidat peut être confronté.

*Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP*

- NON

*Descriptif général des compétences constituant la certification*

## 1 - MAITRISER LA RELATION CLIENT AU QUOTIDIEN POUR ASSURER SA SATISFACTION

### Initier la relation client

Préparer la rencontre avec le client en utilisant l'information disponible dans l'entreprise ou bien en allant la rechercher

Réussir sa première impression et installer la relation

Etre accueillant et manifester de l'intérêt pour son client à tout moment

Se positionner en ambassadeur de l'image de marque de l'entreprise (se présenter et présenter son entreprise, identifier la promesse de sa marque et son positionnement)

Savoir créer avec le client un climat propice à l'échange en le mettant à l'aise

Accompagner le client vers le bon interlocuteur quand on ne sait pas répondre à sa demande

### Développer la relation client

Savoir se synchroniser pour créer la relation, se désynchroniser pour prendre congé

Développer des comportements relationnels d'excellence et intégrer les pratiques de relation client au quotidien (questionnement, écoute, attention...)

Communiquer efficacement avec le client pour le renseigner

Etre à l'écoute verbale et non verbale de son client

S'assurer que l'ensemble des besoins et attentes du client ont été satisfaits

### Entretenir la relation client

Développer une relation de partenariat avec son client (interne ou final)  
Créer les conditions de l'échange avec ses partenaires dans un objectif d'efficacité collective au service du client.

Valoriser ce que l'on fait et informer le client aux moments clés de son parcours

S'assurer continuellement de la qualité de la prestation

Rechercher, traiter et transmettre les informations nécessaires à la continuité du service

Prendre des engagements à bon escient auprès des clients et les respecter

## 2 - COMMUNIQUER EN SE MONTRANT PEDAGOGUE

### Public visé par la certification

- La certification « Relation Client » s'adresse à tout collaborateur de la chaîne de valeur de l'entreprise, puisqu'il est connu aujourd'hui que chacun a un impact sur la satisfaction du client final et a tout intérêt à développer des relations client / fournisseur en interne. Elle est bien sûr particulièrement utile pour les collaborateurs en contact direct avec le client puisqu'elle va leur donner les armes pour assurer une relation de qualité. Ces collaborateurs peuvent exercer des fonctions opérationnelles ou des fonctions d'encadrement. Ils sont employés, agents de maîtrise ou cadres.

## **Se montrer pédagogue à l'écrit (mails, courriers, réseaux sociaux)**

Organiser l'information à communiquer pour en faciliter la compréhension à l'écrit

Rendre l'information simple, explicite et accessible dans ses écrits (vocabulaire approprié, ponctuation, longueur des phrases...)

## **Se montrer pédagogue en face à face**

Rendre l'information simple, explicite et compréhensible à l'oral (vocabulaire approprié, débit de parole adapté, gestuelle précise...)

Expliquer au client ce qui est fait pour lui, dans quel délai, et s'assurer qu'il a bien compris

Vérifier la bonne compréhension du client par des techniques d'écoute, de questionnement et de reformulation

## **Se montrer pédagogue par téléphone**

Organiser l'information à communiquer pour en faciliter l'appropriation  
Rendre l'information simple, explicite et compréhensible par téléphone (vocabulaire, tonalité de la voix, articulation...)

Expliquer au client ce qui est fait pour lui, dans quel délai, et s'assurer qu'il a bien compris par téléphone

Guider le client, l'accompagner dans sa démarche par téléphone

Vérifier la bonne compréhension du client par des techniques d'écoute, de questionnement et de reformulation par téléphone

## **3 - S'ADAPTER AU CLIENT ET A LA SITUATION**

### **Analyser une situation relationnelle**

Faire preuve d'empathie : savoir se mettre à la place du client pour comprendre son ressenti et adapter sa communication

Analyser et définir le profil du client

Ecouter, questionner et reformuler pour bien comprendre les attentes et les besoins du client et s'assurer de les avoir bien compris

Observer et prendre en compte les émotions et les modifications de comportement de son client

Etre capable d'écouter sans juger ni interpréter

### **Ajuster son approche relationnelle**

Déterminer parmi les outils de service ceux permettant de mieux répondre aux attentes du client

Répondre à la demande du client en apportant un conseil adéquat

Prendre en compte le profil du client et s'adapter à son style relationnel pour améliorer la relation

Se projeter et prévoir les réactions potentielles du client

## **4 - GÉRER AVEC AGILITÉ LES SITUATIONS DÉLICATES POUR PRÉSERVER LA QUALITÉ DE LA RELATION CLIENT**

### **Analyser une situation délicate**

Repérer/anticiper les signes d'insatisfaction d'un client à distance et en face à face

Repérer chez soi ses pensées automatiques et croyances négatives et les maîtriser

Faire preuve de distanciation professionnelle pour mieux servir le client

Analyser une situation et réagir rapidement

## **Intervenir en situation délicate**

Maîtriser ses émotions en situation d'interaction délicate  
S'entraîner à gérer avec tact les situations délicates par l'approche « judo relationnel » en face à face et à distance  
Expliquer au client sa position tout en maintenant la relation  
Adopter une approche structurée (méthode DESC, RESPECT, OSER, judo verbal)

## **Utiliser les situations délicates comme des occasions de progrès**

Prendre du recul après chaque contact pour conserver sa disponibilité avec le prochain client  
Recevoir une critique de manière constructive  
Conserver une attitude positive et se montrer enthousiaste.  
S'attacher à atteindre un meilleur niveau, une meilleure qualité dans une logique d'amélioration continue

## **5 - GÉRER LE WOW EFFECT POUR ATTEINDRE L'EXCELLENCE DE SERVICE**

### **Anticiper les besoins et attentes**

Devancer les attentes du client et l'informer sans qu'il ait besoin de contacter ou de relancer lui-même  
Chercher à apporter des réponses qui dépassent l'ensemble des besoins et attentes client

### **Créer la surprise**

Chercher à faire différemment et se réinventer avec les clients  
Rechercher systématiquement les solutions pour progresser par des leviers organisationnels et humains  
Suivre les règles et processus avec agilité pour satisfaire le client  
Proposer des solutions à sa hiérarchie lorsqu'une situation va au-delà de sa marge de manœuvre  
Intégrer dans la relation une dimension esthétique et sensorielle

### **Personnaliser la relation**

Transformer une insatisfaction en satisfaction, et faire d'un client détracteur un promoteur  
Rechercher et adresser des réponses spécifiques au client  
Imaginer des solutions créatives pour satisfaire le client  
Choisir une stratégie personnalisée à chaque étape de la relation  
Apporter des réponses individualisées pour une expérience de marque différenciante

### *Modalités générales*

Le parcours de formation certifiant est réalisé sous un format « blended learning » qui associe des modalités de formation et d'évaluation à la fois présentiels et distancielles. La durée et les modalités sont aménagées au cas par cas en fonction de la situation de l'apprenant (métier, niveau de pré-acquis dans le domaine relationnel) et de ses objectifs (certification complète ou partielle). Ainsi le nombre d'heures du parcours certifiant pourra varier. Une « certification partielle » c'est-à-dire sur une partie des 5 compétences cibles peut être réalisée en 4 heures minimum. Une certification complète c'est-à-dire sur l'intégralité des compétences cibles pourra être réalisée dans un parcours de 20 heures minimum.

### *Liens avec le développement durable*

Aucun

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

### *Pour l'individu*

La certification valide la réalisation de compétences génériques et transversales doublées de compétences spécifiques aux réalités professionnelles prévisibles auxquelles le candidat peut être confronté.

Les professionnels certifiés se trouvent ainsi en capacité à **traiter rigoureusement diverses problématiques de relation client** (interne/final) par leur maîtrise des savoirs, savoir-faire et savoir-être indispensables pour assumer efficacement leur fonction.

**Cette formation couvre les aspects à la fois techniques et relationnels, ce qui permet au collaborateur d'acquérir véritablement dans ce parcours tous les fondamentaux pour être en mesure de contribuer à la satisfaction du client final.**

Le certificat pourra être valorisé dans un parcours professionnel (mobilité interne, mobilité externe) intra ou intersectoriel.

### *Pour l'entité utilisatrice*

#### **Pour l'entreprise**

La certification permet de **répondre plus finement aux orientations et aux décisions prises dans le cadre de la GRH et de la GPEC**. Elle contribue à rendre plus accessible l'obtention d'un niveau d'exigence professionnelle sur la base d'une reconnaissance d'années d'expérience et d'un projet professionnel spécifiquement centré sur la relation client.

La certification peut **répondre à des impératifs de développement de parcours professionnels en interne** permettant plus rapidement et de façon moins coûteuse de parer d'éventuels départs anticipés de personnels, de longues absences.

Enfin, dans la mesure où les parcours disciplinaires et professionnels des candidats peuvent être divers, la certification constitue également **un gage d'harmonisation des pratiques** d'une communauté d'apprenants issue d'une même organisation ou d'une même entreprise.

#### **Pour l'écosystème**

La certification permet d'affirmer l'importance de la relation client à tout niveau de l'entreprise.

Etant donné les enjeux dans toute organisation liés à la capacité d'un collaborateur à être orienté esprit de service, la certification permet d'accroître l'employabilité des participants.

## Evaluation / certification

### *Pré-requis*

Aucun pré-requis quant :

au niveau de formation initiale du candidat  
au nombre d'années d'expérience professionnelle du candidat  
Chacune des candidatures pourra être examinée à la lumière des motivations, du projet professionnel et du degré d'engagement et de disponibilité que le candidat devra assurer.

### *Compétences évaluées*

### Centre(s) de passage/certification

- Akor Consulting. Précisions sur le site : - <http://certification.akorconsulting.com/> (rubrique Akorale)

## **Au regard des compétences constituant la certification, quels sont les éléments évalués ? (les compétences en totalité, certaines compétences ou parties de la compétence).**

La compétence peut être entendue comme une capacité à agir en situation complexe, en mobilisant des ressources internes (des savoirs, des savoir-faire, des attitudes...) et des ressources externes (des réseaux,...) pour faire face à une situation.

La certification proposée s'appuie sur un référentiel de formation portant à la fois sur des compétences pouvant être évaluées de façon indépendante, selon des combinaisons de compétences ou des savoirs complexes reliés à une compétence plus étendue.

Les modules de formation réfèrent à une ou plusieurs compétences étendues. Chacun d'eux traitera de compétences plus spécifiques et pouvant être évaluées en tant que telles.

La certification permet aux individus de :

- 1 - Maitriser la relation client au quotidien pour assurer sa satisfaction**
- 2 - Communiquer en se montrant pédagogue**
- 3 - S'adapter au client et à la situation**
- 4 - Gérer avec agilité les situations délicates pour préserver la qualité de la relation client**
- 5 - Générer le WOW effect pour atteindre l'excellence de service**

Cf. référentiel de compétences pour le détail des contenus.

*Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)*

Pour cette certification, il n'y a pas de grille de niveaux autre que celle de 1969.

---

La validité est Permanente

### **Possibilité de certification partielle : oui**

Étendue de la certification partielle :

La certification partielle peut concerner une ou plusieurs des compétences-clés suivantes :

- 1 - Maitriser la relation client au quotidien pour assurer sa satisfaction**
- 2 - Communiquer en se montrant pédagogue**
- 3 - S'adapter au client et à la situation**
- 4 - Gérer avec agilité les situations délicates pour préserver la qualité de la relation client**
- 5 - Générer le WOW effect pour atteindre l'excellence de service**

Pour obtenir une certification partielle, le candidat est soumis à une évaluation continue et une évaluation finale.

Durée de validité des composantes acquises :

Chaque module acquis aura une validité permanente.

Durée accordée pour valider les composantes manquantes :

Le candidat aura trois années pour valider les modules non acquis.

Matérialisation officielle de la certification :

A l'issue du processus de certification un « certificat de compétences » est remis au candidat faisant mention de diverses rubriques.

## Plus d'informations

### *Statistiques*

En 2015 et 2016 le cabinet Akor Consulting accompagne en moyenne 8 000 personnes par an sur des compétences relationnelles. Parmi les personnes formées 20% seraient susceptibles d'être certifiées.

### *Autres sources d'information*

<http://certification.akorconsulting.com/>