

Durée

7 heures – Présentiel ou Distanciel

Public cible

Directeurs, responsables communication, réceptionnistes, community managers, ou toute personne gérant la relation client en ligne.

Prérequis

Être à l'aise avec les outils numériques (réseaux sociaux, e-mails, plateformes d'avis).

Modalités d'évaluation

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Optimiser sa relation client digitale



Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de:

- Identifier les canaux de la relation client digitale et leurs enjeux.
- Comprendre les attentes et comportements des clients en ligne.
- Construire une expérience digitale cohérente avec l'image de marque.
- Mettre en place un tableau de bord de performance (KPI, taux d'engagement, e-réputation).
- Rédiger des réponses professionnelles et personnalisées aux avis clients.
- Utiliser l'intelligence artificielle pour assister la rédaction et l'analyse, tout en gardant une communication humaine.
- Gérer efficacement les situations sensibles et anticiper les crises digitales.



Méthodes pédagogiques

Inductive : à partir des expériences vécues et des cas réels.

Active : ateliers, simulations, cas pratiques et utilisation d'IA.

Expositif : apports courts et visuels sur la e-réputation.

Coopératif : échanges de pratiques et feedback collectif.

Réflexif : auto-évaluation et plan d'action final.

Exploratoire : test encadré d'un outil d'IA conversationnelle (ChatGPT).

Moyens pédagogiques

- Formation en présentiel, interactive et concrète.
- Salle équipée (vidéoprojecteur, paperboard, connexion internet).
- Outils numériques : Google My Business, TripAdvisor, Meta, ChatGPT.
- Quiz interactifs et études de cas réels du secteur hôtelier.

7h



Présentiel



Distanciel



Outils et supports pédagogiques

- Support complet (PPT + livret numérique).
- Fiches outils :
- Répondre à un avis client : structure et ton
- KPI de la e-réputation
- Comment utiliser l'IA pour rédiger et analyser ses réponses
- Plan d'action anti-crise digitale
- Cas pratiques réels (avis clients, situations de crise).

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles de tableaux de bord et trames de réponses.
- Fiches pratiques "Relation client digitale & IA".
- Grille de gestion de crise digitale.
- Plan d'action individuel.
- Certificat de réalisation

Optimiser sa relation client digitale



Programme et contenu

SÉQUENCE 0 (15 MINUTES) – INTRODUCTION

- **Objectifs :** Présenter le programme et les objectifs. Identifier les attentes et expériences des participants
- **Modalités :** Icebreaker : "Mon expérience client digitale", recueil d'attentes.

Message clé : « Chaque interaction digitale influence la perception globale du client. »



SÉQUENCE 1 (1H15) – COMPRENDRE LA RELATION CLIENT DIGITALE

Objectifs : Identifier les canaux de communication en ligne et leurs usages. Comprendre les comportements clients et les leviers de satisfaction digitale. Évaluer l'impact de la e-réputation sur le CA.

Modalités : Apports illustrés, mini quiz, étude de cas d'un établissement hôtelier.

Message clé : « L'expérience digitale est le prolongement de l'accueil physique. Répondre rapidement, c'est déjà fidéliser. »



SÉQUENCE 2 (1H10) – CONSTRUIRE UNE EXPÉRIENCE CLIENT DIGITALE COHÉRENTE

Objectifs : Harmoniser les messages et supports selon la promesse de marque. Identifier les moments-clés d'interaction client.

Modalités : Atelier collectif : cartographie du parcours client digital. Échanges sur les ajustements à opérer dans les établissements des participants.

Message clé : « La cohérence inspire confiance. Chaque canal doit refléter la même expérience. »



Outils et supports pédagogiques

- Support complet (PPT + livret numérique).
- Fiches outils :
- Répondre à un avis client : structure et ton
- KPI de la e-réputation
- Comment utiliser l'IA pour rédiger et analyser ses réponses
- Plan d'action anti-crise digitale
- Cas pratiques réels (avis clients, situations de crise).

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles de tableaux de bord et trames de réponses.
- Fiches pratiques "Relation client digitale & IA".
- Grille de gestion de crise digitale.
- Plan d'action individuel.
- Certificat de réalisation

Optimiser sa relation client digitale

SÉQUENCE 3 (1H20) – SUIVRE ET PILOTER LA PERFORMANCE DIGITALE

- **Objectifs** : Déterminer les bons indicateurs de performance. Construire un tableau de bord simple et exploitable. Interpréter les données pour ajuster la stratégie.
- **Modalités** : Apport structuré sur les KPI (réactivité, reach, satisfaction). Atelier : création d'un mini tableau de bord.

Message clé : « Ce qui se mesure s'améliore. Les chiffres guident la stratégie, mais ne remplacent pas le ressenti client. »



SÉQUENCE 4 (1H20) – GÉRER LES AVIS ET PRÉVENIR LES LITIGES

- **Objectifs** : Identifier les typologies d'avis (positif, injuste, abusif). Rédiger des réponses adaptées, empathiques et personnalisées. Découvrir comment l'IA peut assister la rédaction tout en gardant une touche humaine.
- **Modalités** : Étude de cas : réponses à des avis clients réels. Atelier IA : génération d'une réponse via ChatGPT puis reformulation personnalisée. Débrief collectif.

Message clé : « Chaque interaction digitale influence la perception globale du client. »



SÉQUENCE 5 (1H35) – RÉAGIR EN CAS DE CRISE OU DE BAD BUZZ

Objectifs : Identifier les signaux de crise et adopter la bonne posture. · Construire une réponse claire et cohérente. · Savoir communiquer sous pression avec professionnalisme.

Modalités : Simulation de crise digitale en groupe. Débrief collectif sur les bons réflexes et les erreurs à éviter.

Message clé : « La transparence protège la réputation. La rapidité et le ton juste limitent les dégâts. »



SÉQUENCE 6 (15 MINUTES) – CONCLUSION

Objectifs : Synthétiser les apprentissages et consolider les acquis. · Élaborer un mini plan d'action personnel.

Modalités : Quiz final + engagement individuel sur une action à mettre en œuvre.

Message clé : « La relation client digitale se cultive dans la durée. »

