



FORMATION

« ÉTIQUETTE ET PROTOCOLE » à l'accueil physique et téléphonique

Accueil courtois

- Les bonnes manières au quotidien ;
- L'importance du rôle ;
- Comportement envers les collègues, visiteurs, supérieurs ;
- Les règles de politesse ;
- Accueillir le client et bien le diriger ;
- Tutoiement et vouvoiement ;
- Les familiarités ;
- Comment annoncer un visiteur ;
- Comment saluer un visiteur ;
- La gestuelle ;
- Image professionnelle.

Protocole téléphonique

- Donner la meilleure impression possible
- La voix : volume, ton, débit ;
- Renseigner et orienter ;
- Utiliser les mots justes ;
- Accueil au téléphone ;
- Les formules gagnantes ;
- Recadrer en restant courtois ;
- Canaliser les bavards ;
- Traiter avec les personnes difficiles ;
- Gérer ses émotions.

Cette formation s'adresse à toute personne dont la fonction comporte l'accueil téléphonique et physique indispensable à l'image de l'entreprise.

- Réceptionnistes ;
- Préposé(e)s à l'accueil ;
- Secrétaires ;
- Service à la clientèle ;
- Centres d'appels.

Objectifs :

Améliorer rapidement ses techniques d'accueil au téléphone et en face à face. Se servir des meilleures pratiques et se motiver à les mettre en œuvre.

Méthodologie :

À l'aide d'un cahier d'exercices, le participant est amené à suivre la formation sur Click meeting. Rien à installer sur votre ordinateur. Un lien vous est envoyé sur réception de l'inscription et du paiement.

Durée : 3 heures de 13 h. à 16 h.

Inclus: Cahier d'exercices. Enregistrement vidéo de la session, Attestation.

Prix : \$ par personne, plus les taxes (au Canada). Payable par PayPal

Le service à la clientèle commence à la réception.

Pour vous assurer que votre entreprise fournisse un bon service à la clientèle, accordez du temps de formation à vos nouveaux employés et employés actuels spécifiquement pour le service à la clientèle. De cette façon, vous serez certain qu'ils sauront comment intervenir avec les clients de façon à offrir la meilleure expérience possible. 89% des consommateurs ont commencé à faire affaire avec un concurrent suite à une expérience client médiocre. – Source Harris Interactive.