

# Centre de Contacts et Relation Client

## Formations 2023



## DIGIWAY CONSULTING

Conseil & Formation en Centre de Contacts

[www.digiwayconsulting.com](http://www.digiwayconsulting.com)

tél. : +33 (0) 805 627 637 e-mail : [infos@digiway.fr](mailto:infos@digiway.fr)

## Thématiques adressées

Nos formations s'articulent autour de **5 domaines de compétences** relatifs aux 5 dimensions clés du centre de contacts. Elles s'adressent ainsi à l'ensemble des collaborateurs : Managers, Responsables d'équipe, Téléconseillers, Planificateurs, Administrateurs technique ou toute autre fonction support.

La plupart de nos modules se déclinent selon **2 niveaux d'apprentissage** : initial (bases) ou perfectionnement (avancé). De même, la majorité de nos formations peuvent se dérouler sur mesure (intra) ou en inter-entreprises.

Le tableau ci-après présente pour chacune des dimensions les formations associées.

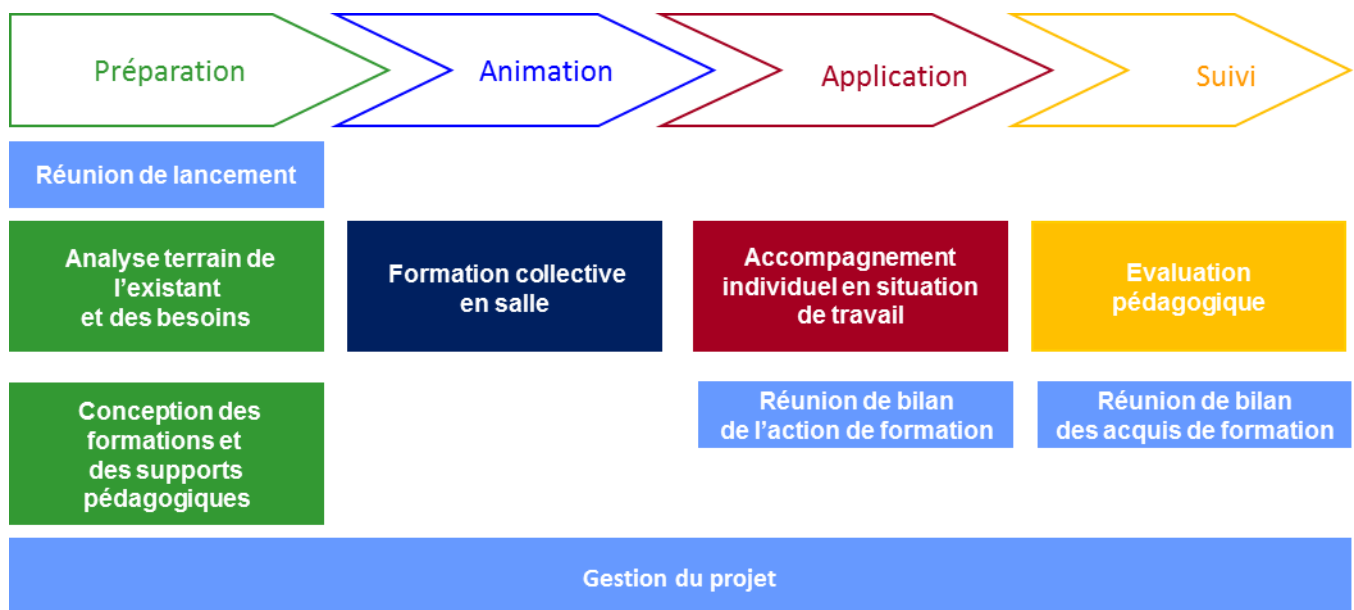
Formation	Durée	Page(s)
<b>Organisation – Pilotage de l'activité</b>		
Connaître les fondamentaux de la réception d'appels	1 jour	<a href="#">p5</a>
Optimiser son centre d'appels	1 jour	<a href="#">p6</a>
Piloter efficacement son centre d'appels	1 jour	<a href="#">p7</a>
Manager la qualité en centre d'appels	1 jour	<a href="#">p8</a>
Manager l'émission d'appels	1 jour	<a href="#">p9</a>
Manager la réponse e-mail	1 jour	<a href="#">p10</a>
Manager une prestation externalisée	1 jour	<a href="#">p11</a>
<b>Planification pour le centre de contacts</b>		
Réussir la planification en centre de contacts	1 ou 2 jour(s)	<a href="#">p13</a>
Réaliser les prévisions d'activités	1 ou 2 jour(s)	<a href="#">p14</a>
Excel avancé pour la planification	2 jours	<a href="#">p15</a>
Réaliser le dimensionnement du centre d'appels	1 ou 2 jour(s)	<a href="#">p16</a>
Réaliser le dimensionnement multicanal	1 ou 2 jour(s)	<a href="#">p17</a>
Créer les plannings	1 ou 2 jour(s)	<a href="#">p18</a>

Formation	Durée	Page(s)
<b>Management de proximité – Ressources humaines</b>		
Manager une équipe en centre d'appels	2 jours	<a href="#">p20-21</a>
Motiver son équipe	1 jour	<a href="#">p22</a>
Définir, préparer et animer une action de formation	1 jour	<a href="#">p23</a>
Détecter, gérer et prévenir les conflits	1 jour	<a href="#">p24-25</a>
Evaluer les performances de ses collaborateurs	1 ou 2 jour(s)	<a href="#">p26</a>
<b>Qualité de la Relation Client à distance</b>		
Maîtriser la relation client en réception d'appels	2 jours	<a href="#">p28</a>
Traiter efficacement les réclamations par téléphone	1 jour	<a href="#">p29</a>
Améliorer son efficacité commerciale	1 jour	<a href="#">p30</a>
Maîtriser la négociation en émission d'appels	2 jours	<a href="#">p31</a>
Maîtriser les techniques de recouvrement	1 jour	<a href="#">p32</a>
Améliorer la qualité des réponses e-mail	1 jour	<a href="#">p33</a>
<b>Technologies</b>		
Les technologies au service de la réception d'appels	1 jour	<a href="#">p34</a>
Les technologies du centre de contacts	1 jour	<a href="#">p35</a>
CTI au service du centre d'appels	1 jour	<a href="#">p36</a>
Marier Internet et centre d'appels	1 jour	<a href="#">p37</a>
Comprendre et bâtir le centre d'appels IP	1 jour	<a href="#">p38</a>
Les nouvelles architectures pour votre centre de contacts	1 jour	<a href="#">p39</a>

Nos formations sont assurées par des **professionnels expérimentés**, se donnant toujours comme objectifs de :

- développer et renforcer les compétences, le professionnalisme et le savoir-faire de vos collaborateurs,
- faire bénéficier l'entreprise de collaborateurs durablement motivés,
- fonder la réussite de vos collaborateurs sur la satisfaction de vos clients.

Nos formations intra sont conçues « sur mesure » en partenariat avec nos clients selon le processus ci-après décrit :



Nos formations s'inscrivent dans le cadre de la formation continue et peuvent donc être intégrées dans votre plan de formation ou un DIF.

DIGIWAY est un organisme de formation agréé enregistré auprès de la préfecture de la Région Aquitaine sous le N° d'existence 72640296364.

Pour toute information relative nos formations « sur mesure » et nos tarifs, vous pouvez nous contacter par téléphone ou nous adresser un mail.

**DIGIWAY** +33(0) 805 627 637 [infos@digipay.fr](mailto:infos@digipay.fr)

**Antoine LACROZE** +33 (0)6 85 02 60 64 [antoine.lacroze@digipay.fr](mailto:antoine.lacroze@digipay.fr)

# **Organisation et Pilotage de l'activité**

# Connaître les fondamentaux de la réception d'appels (MA01)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER / INTRA**

## Le cadre de la réception d'appels

- définition du management de la réception d'appels / l'environnement centre d'appels est unique / les 7 facteurs de tolérance à l'attente / accessibilité et qualité vont de pair

## Le dimensionnement de la réception d'appels

- quel intervalle de temps doit-on analyser pour dimensionner la réception d'appels / la notion de charge d'activité, mode de calcul & éléments à prendre en compte / méthodes simples et erronées pour dimensionner / la loi d'Erlang C bénéfiques et limites / les objectifs d'accessibilité pour dimensionner / bien choisir son niveau de service

## Comprendre les conséquences du dimensionnement

- lois immuables découlant d'Erlang C et implications pour votre Centre d'appels / bénéfiques du principe de regroupement / impact de l'attente sur les accès téléphoniques / influence du taux d'activité téléphonique sur l'efficacité d'un agent / seuil de résistance humaine / principales conséquences sur l'expérience client

## Gérer l'attente et piloter l'activité temps réel

- bon usage des messages de patience / finalité de la dissuasion / annonce du temps d'attente prévisionnel, bénéfiques, contraintes et conséquences / modalités avancées pour gérer l'attente subie par vos correspondants / nécessité d'une gestion temps réel de l'activité / impact d'un agent sur le juste équilibre

## Les leviers de l'optimisation économique

- les différents modes d'organisation de la réception d'appels / limites d'Erlang C face aux différentes organisations de la réception, intérêt des techniques de simulation / problématique rencontrée par les petits centres, solutions à rechercher, opportunités à saisir pour un grand centre, écueils à éviter

**Public concerné :** Managers de centre d'appels, Chefs de projet, Planificateurs, Superviseurs, Fonctions supports au sein du centre d'appels

### **Bénéfices pédagogiques**

Comprendre et assimiler les bases du centre d'appels en réception  
Maîtriser les règles de dimensionnement et comprendre leurs conséquences opérationnelles  
Découvrir les différentes formes d'organisation et les leviers d'actions à exploiter

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# Optimiser son centre d'appels (MA02)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER / INTRA**

## Introduction

- rappel des bases fondamentales de la réception d'appels / modèle économique du centre d'appels / les 6 leviers d'optimisation

## Les principaux processus de management

- planifier le centre d'appels
- gérer la qualité en centre d'appels
- développer les compétences
- gérer les performances

## Optimiser la stratégie d'accès client

- rôle du centre d'appels face aux autres canaux et média de la relation client, comparatif économique
- les impacts de l'approche CRM sur le positionnement du libre service et la gestion de l'interaction
- la logique d'une migration des canaux et ses impacts sur votre centre d'appels, stratégies d'évitement d'appel

## Réussir avec toute l'entreprise

- la place du centre d'appels au sein de l'entreprise, les collaborations indispensables à nouer en interne
- la valorisation du centre d'appels, le reporting à la Direction Générale, obtenir le budget requis
- caractéristiques des centres d'appels à l'avant-garde

**Public concerné :** Managers de centre d'appels, Chefs de projet, Planificateurs, Superviseurs, Fonctions supports au sein du centre d'appels

### **Bénéfices pédagogiques**

Acquérir la compréhension indispensable des processus clés, de leur mise en œuvre à leurs implications opérationnelles

Comprendre comment optimiser son centre par une approche globale de ces processus

Identifier l'intérêt d'un accueil client optimisé

Découvrir les bénéfices d'une insertion réussie dans l'entreprise

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# Piloter efficacement son centre d'appels (MA03)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

## Introduction au pilotage en centre d'appels

- votre centre d'appels est-il en bonne santé / les 3 niveaux de pilotage / sources des données / critères de choix des indicateurs

## Les tableaux de bord du centre d'appels

- objectifs des tableaux de bord / panorama des tableaux de bord / indicateurs clés de performance / exemples d'études ad-hoc

## Le suivi de la performance individuelle

- qu'est-ce qui est sous le contrôle direct d'un agent / objectifs clés individuels / effets indésirables des objectifs fixés / l'effet taille sur la productivité individuelle / variation des performances individuelles dans un groupe / matrice P&Q / l'évaluation étendue de la performance

## Le pilotage opérationnel

- périmètre du pilotage opérationnel / maîtriser la répartition des appels semaine et les horaires par jour / réaliser des prévisions intra-day / simulations et analyse « what if » / décliner les performances par jour / adhérence au planning / indicateurs qualitatifs

## Gestion efficace du temps réel

- construire sur des fondations solides / identifier et interpréter les informations en temps réel / explorer les modalités pratiques d'un plan d'escalade / réactions face à une accessibilité défailante / actions correctives / les bonnes pratiques à respecter

### **Public concerné**

Managers de centre d'appels, Superviseurs

### **Bénéfices pédagogiques**

Comprendre les principes de la gestion temps réel

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)



# Manager la qualité en centre d'appels (MA04)

DUREE : 1 JOUR

INTER/INTRA

## De l'importance de la qualité en centre d'appels

- qu'est-ce que la qualité / 2 déclinaisons de la qualité / les 4 axes de la qualité / pourquoi gérer la qualité en centre d'appels / les impacts et les sources de la non-qualité

## Le processus de gestion de la qualité

- les diverses sources d'identification des attentes clients / les composantes de la qualité pour un client / les composantes de la qualité pour l'entreprise / spécifier et adapter la qualité selon le segment client
- formaliser la qualité spécifiée / organiser la qualité / définir les responsabilités et le rôle de chacun dans l'animation de la qualité / les diverses méthodes d'animation de la qualité / implication et contribution de chaque acteur du centre d'appels
- qualité produite versus qualité perçue / les divers axes de mesure et les indicateurs associés / objectifs d'un tableau de bord qualité en centre d'appels / les diverses méthodes de mesure
- analyser les écarts observés / sources possibles d'insatisfaction et de non-conformité / matrice d'analyse des priorités d'actions / type d'actions correctives

## Réussir sa démarche qualité

- les facteurs clés de réussite
- les diverses approches de certification
- les solutions technologiques au service de la qualité

### Public concerné

Managers de centre d'appels, Responsables Qualité, Superviseurs

### Bénéfices pédagogiques

Comprendre les déterminants de la qualité en centre d'appels

Maîtriser les différents moyens de mesure

Assimiler les conditions de réussite du programme qualité

### Moyens pédagogiques

Echanges d'expériences, ateliers, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Manager l'émission d'appels (MA05)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

### La place de l'émission d'appels dans la Relation Client

- Les applications phares et leurs spécificités / positionnement de l'émission d'appels face aux autres media de contact / les obligations légales

### Le processus de l'émission d'appels et les outils à mobiliser

- les différentes formes d'émission d'appels / le processus d'émission / les 2 challenges de l'émission / facteurs de coût, gisements de productivité à explorer
- les différents modes de numérotation (preview, progressif, prédictif) / les risques de nuisance, contextes d'utilisation à privilégier pour chaque mode de composition / retours d'expérience du predictive dialing / stratégies de recyclage face aux appels en échec / gestion par listes, bénéfiques, conditions de bonne utilisation
- cartographie fonctionnelle de la composition d'appels, typologie des solutions du marché / architectures techniques pour l'émission d'appels
- problématiques d'intégration : fiche contact, guide d'entretien, gestionnaire de campagne, base de données client

### Le management opérationnel et ses perspectives

- règles de dimensionnement applicables / impact des créneaux horaires / profils à mobiliser / piloter et mesurer l'efficacité de l'émission d'appels, typologie des contacts, indicateurs de performance / opportunité d'un guide d'entretien informatisé / qualités d'un bon script / apport du CRM analytique / call blending, rebond sur un contact de service initié par le client / optimiser par une démarche multi-canaux

**Public concerné :** Directeurs service Clients, Chefs de projet, Managers de centre d'appels, Directeurs e-business, Responsables de sites web

#### **Bénéfices pédagogiques**

Comprendre la place de la réponse e-mail dans la relation client

Assimiler les fondamentaux de la réponse e-mail

Apprendre à dimensionner, piloter et organiser l'activité de réponse e-mail

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# Manager la réponse e-mail (MA06)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

## La réponse e-mail dans la relation client

- pénétration et tendances dan la relation à distance
- sources de l'activité e-mail, influence du site web
- les attentes des internautes, les facteurs de leur insatisfaction
- les objectifs de l'entreprisevis à vis de la réponse e-mail
- les exigences CRM à prendre en compte

## Le processus de réponse

- les fondamentaux de la réponse e-mail
- analyse préalable et workflow de routage
- rédaction de la réponse e-mail
- outils à mobiliser

## Management opérationnel et ses perspectives

- dimensionnement de la réponse e-mail
- pilotage, indicateurs à suivre, le système qualité à mettre en place
- l'organisation à mettre en place, les compétences requises
- associer la réponse e-mail au Web Call center

### **Public concerné**

Directeurs service Clients, Chefs de projet, Managers de centre d'appels, Directeurs e-business, Responsables de sites web

### **Bénéfices pédagogiques**

Comprendre la place de la réponse e-mail dans la relation client

Assimiler les fondamentaux de la réponse e-mail

Apprendre à dimensionner, piloter et organiser l'activité de réponse e-mail

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Manager une prestation externalisée (MA07)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

### Le processus de sélection du prestataire

- les points clés
- la consultation du marché – bonnes pratiques
- les conditions financières

### La gestion de la relation avec le prestataire

- les documents contractuels (contrat de service / PAQ / ...)
- l'organisation de la prestation
  - définition des missions respectives du donneur d'ordre et du prestataire
  - les diverses instances de décision
  - gestion de crise
- les processus partagés
  - dimensionnement
  - formation initiale et continue des agents
  - mise à jour des outils

### Les solutions techniques au service de la prestation externalisée

- l'architecture traditionnelle
- les moyens techniques pour le contrôle d'une prestation externalisée

#### **Public concerné**

Directeurs service Clients, Chefs de projet, Managers de centre d'appels

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser l'ensemble des éléments contractuels

Connaître les conditions de réussite d'un bon partenariat

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# **Planification pour le centre de contacts**

## Réussir la planification en centre de contacts (PL01)

**DUREE – BASES : 1 JOUR / AVANCE : 2 JOURS**

**INTER/INTRA**

### Enjeux et concepts

- les points de vue du client, de l'agent et de l'entreprise
- la planification, levier de satisfaction client, d'optimisation économique et de satisfaction des agents
- concepts de la planification d'effectif
- principes fondateurs d'une bonne prévision, méthodes, pièges à éviter
- le challenge particulier de la réception d'appels : disposer au bon moment du nombre d'agents requis avec les compétences adéquates, l'exigence d'être dimensionné à la demi-heure, l'impact de la taille

### Le processus de planification

- la prévision hebdomadaire de la réception d'appels
- le calcul du nombre de positions à staffer
- l'affectation des emplois du temps
- la planification annuelle

### Gérer le processus de planification

- un processus clé de management
- soutenir le processus grâce à un progiciel spécialisé
- la place de la planification dans le management du centre de contacts

**Public concerné :** Planificateurs, Managers de centre de contacts, Chefs de projet, Superviseurs, Fonctions supports au sein du centre de contacts

### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser les étapes incontournables de la planification en centre de contacts

Comprendre la nécessité d'articuler harmonieusement planification annuelle, planification hebdomadaire et gestion de l'activité temps réel

Acquérir une méthodologie rigoureuse et pragmatique pour mettre en place un processus efficient

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, études de cas, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Réaliser les prévisions d'activité (PL02)

**DUREE – BASES : 1 JOUR /AVANCE : 2 JOURS**

**INTER /INTRA**

### Introduction

- les prévisions pour un centre de contacts

### Préparation de la prévision

- quelles données et informations doivent être rassemblées ?
- types de données nécessaires
- historique à rassembler
- quels traitements faut-il faire sur les données ?
- catégoriser les données ( normal / exceptionnel . . . )
- nettoyer les données ( données aberrantes)
- Identifier et corriger les données marquantes

### Méthodes de prévision

- panorama des différentes méthodes de prévision
- présentation de la régression linéaire avec dessaisonnalisation
- présentation de la régression multiple

### Performances des prévisions

- comment s'assurer que son modèle de prévision est performant ?
- comment mesurer que la prévision est performante ?

**Public concerné :** Planificateurs, Managers de centre de contacts, Responsables de centres de contacts externalisés

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser les étapes pour réaliser les prévisions pour le centre de contacts

Connaître les principales méthodes de prévision pouvant être utilisées

Connaître les critères pour mesurer les performances de ses prévisions

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, études de cas, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Excel avancé pour la planification (PL03)

**DUREE : 2 JOURS**

**INTER/INTRA**

### Tableau croisé dynamique (TCD)

- utilisation des TCD pour le traitement des données
- utilisation pratique des TCD pour définir un gabarit hebdomadaire

### Formules matricielles

- les formules matricielles et leur mise en œuvre
- utilisation pratique des formules matricielles pour le calcul d'index saisonniers

### Courbes de tendance

- les différentes natures de courbes de tendance
- utilisation pratique des courbes de tendance (équation, coefficient de détermination)

### Fonctions statistiques

- les fonctions statistiques utiles à connaître pour réaliser des prévisions
- utilisation de certaines de ces fonctions à travers des exercices pratiques

### Utilitaire d'analyse

- les fonctions disponibles dans l'utilitaire d'analyse pour réaliser des prévisions
- utilisation de certaines de ces fonctions à travers des exercices pratiques

### Utilisation du Solver

- utilisation du Solver pour réaliser des prévisions
- utilisation pratique du Solver pour calculer les coefficients d'une régression par la méthode des moindres carrés.

**Public concerné :** Planificateurs, Managers de centre de contacts, Responsables de centre de contacts externalisés

#### **Bénéfices pédagogiques**

Connaître les principales fonctions d'Excel pour réaliser des prévisions

Etre capable de mobiliser ces fonctions pour réaliser des modèles de prévisions

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, études de cas, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)



## Réaliser le dimensionnement d'un centre d'appels (PL04)

DUREE - BASES : 1 JOUR / AVANCE : 2 JOURS

INTER/INTRA

### Calcul et planification des charges d'activités

- les différentes natures des charges à prendre en compte (charges de traitement, formations, réunions, coaching...)
- calcul des charges d'activités
- planifier les charges selon leur type (fixe / mobile / libre)

### Dimensionnement des positions de travail

- définition des objectifs à prendre en compte pour réaliser le dimensionnement
- utilisation de la formule Erlang C pour réaliser le dimensionnement des positions de travail à pourvoir
- prendre en compte les pauses
- utilisation de la simulation pour les cas plus complexes (ex : routage par compétence, centre d'appels virtuel)

**Public concerné** Planificateurs, Managers de centre de contacts, Responsables de centre de contacts externalisés

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser les étapes pour réaliser le dimensionnement des positions de travail d'un centre d'appels

Connaître les principales charges à prendre en compte et leurs caractéristiques

Connaître les méthodes de dimensionnement

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, études de cas, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Réaliser le dimensionnement multicanal (PL05)

DUREE - BASES : 1 JOUR / AVANCE : 2 JOURS

INTER/INTRA

### Le dimensionnement de la réponse e-mail

- \* normes d'engagement à retenir
- \* choix de l'engagement de délai maximal de réponse
- \* règles de dimensionnement applicables
- \* exercices de dimensionnement

### Le dimensionnement multicanal

- \* principes d'organisation du traitement multicanal
- \* approches pour le dimensionnement et la planification multicanal
- \* exercices de dimensionnement

**Public concerné** Planificateurs, Managers de centre de contacts, Responsables de centre de contacts externalisés

#### **Bénéfices pédagogiques**

Connaître les 4 principaux modes d'organisation multicanal et comprendre leurs impacts sur vos processus de dimensionnement, planification et pilotage

Mettre en pratique le dimensionnement et la planification multicanal

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, études de cas, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Créer les plannings pour le centre de contacts (PL06)

**DUREE – BASES : 1 JOUR / AVANCE : 2 JOURS**

**INTER/INTRA**

### Dimensionnement des effectifs

- \* les principales règles RH à prendre en compte
- \* élaboration des vacances (horaires de travail)
- \* annualisation du temps de travail

### Affectation des plannings aux effectifs

- \* définition des règles d'affectation des vacances aux téléconseillers
- \* gestion des vacances (plages) impopulaires
- \* gestion de l'équité entre les téléconseillers
- \* les méthodes pour réaliser l'affectation des vacances
- \* notion de cycles de travail
- \* au-delà de l'affectation des vacances, organiser la gestion des activités au sein de la journée

**Public concerné :** Planificateurs, Managers de centre de contacts, Responsables de centres de contacts externalisés

### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser les étapes pour créer les plannings des téléconseillers du centre de contacts

Connaître les principales règles à prendre en compte

Connaître les principales méthodes d'affectation des vacances aux téléconseillers

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, ateliers, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

**Management de  
proximité  
Ressources Humaines**

# Manager une équipe en centre d'appels (RH01)

**DUREE : 2 JOURS**

**INTER/INTRA**

## Introduction

- un peu d'histoire pour comprendre le management
- le contexte actuel des Centre d'appels, ses implications en termes de mangement
- les défis à relever

## Définir précisément le rôle de manager

- quelle est la place d'un manager de proximité au sein du Centre d'appels ?
- quelles sont ses missions et responsabilités associées ?

## Se positionner en tant que Manager

- les 4 principaux styles de management : caractéristiques, comportements associés
- autodiagnostic : identifier son style de management
- adapter son style de management aux divers profils des collaborateurs et aux situations rencontrées
- autodiagnostic : évaluer son degré d'adaptabilité

## Favoriser et maintenir la motivation de son équipe

- qu'est ce que la motivation ?
- les principaux modèles et théories de la motivation
- adapter la stratégie motivationnelle à l'environnement du centre d'appels
- Les bonnes pratiques à mettre en oeuvre pour maintenir la motivation des collaborateurs

## Savoir fixer à ses collaborateurs des objectifs accessibles et motivants

- les divers types d'objectifs
- les bases d'un objectif « MALIN »
- les indicateurs de suivi

## Evaluer les performances de son équipe

- le process d'évaluation
- que doit-on évaluer et pourquoi
- parmi les diverses méthodes d'évaluation, identifier la plus adaptée
- les fondamentaux à maîtriser pour évaluer et restituer les résultats de manière efficace
- les effets de l'évaluation sur les résultats

## Communiquer efficacement

- qu'est ce que la communication ?
- les divers types de communication et d'expression de soi
- les fondamentaux d'une communication efficace

## Savoir gérer un conflit

- diverses natures de conflit
- identifier le type de conflit et ses sources
- prise en charge du signe
- techniques pour sortir d'une situation conflictuelle
- les bonnes pratiques de prévention du conflit

### **Public concerné**

Managers de centre de contacts, Responsable d'activité, Superviseurs, Support RH

### **Bénéfices pédagogiques**

Acquérir les méthodes et les outils permettant une animation efficace de son équipe

Savoir adapter son comportement selon les diverses personnalités au sein de l'équipe

Savoir adapter son style de management selon les situations rencontrées

Savoir gérer les situations conflictuelles

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, jeux de rôle, ateliers, auto-évaluation, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Motiver son équipe (RH02)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER / INTRA**

### Introduction

- le contexte actuel des centres d'appels
- la motivation, c'est quoi ?

### Les principaux modèles et théories de la motivation

- le constat
- les répercussions du taylorisme
- les approches de Maslow et de Herberg
- l'approche actuelle

### Adapter la stratégie motivationnelle à l'environnement du centre d'appels

- comprendre le fonctionnement de la motivation
- identifier les facteurs de démotivation
- les différents leviers de maintien de la motivation en centre d'appels
- principes à retenir

### Les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour maintenir la motivation des collaborateurs

- le feed-back
- la définition d'objectifs
- les réunions d'équipe
- les entretiens d'évaluation

#### **Public concerné**

Managers, Superviseurs, Support RH au sein du centre de contacts

#### **Bénéfices pédagogiques**

Comprendre le fonctionnement de la motivation

Savoir identifier les facteurs de démotivation de ses collaborateurs

Connaître et savoir utiliser les bons leviers pour maintenir la motivation de son équipe

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, jeux de rôle, ateliers, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Définir, préparer et animer une action de formation (RH03)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

### Introduction

- le processus formation
- la formation et le développement des compétences
- la formation, partie intégrante du processus d'amélioration continue
- les spécificités de la formation au sein d'un centre de contacts

### Préparer une action de formation

- identification des besoins
- rédaction du cahier des charges
- définition des objectifs opérationnels de la formation et des méthodes pédagogiques associées
- conception du programme de formation
- création des supports pédagogiques
- organisation de la formation

### Animer une session de formation

- déroulement d'une session de formation
- les techniques et styles d'animation
- conclure une session de formation

### Evaluer une action de formation

- évaluation de la satisfaction
- évaluation pédagogique
- évaluation du transfert en situation de travail
- évaluation des effets

#### **Public concerné**

Responsables formation, Formateurs, Superviseurs

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser l'ensemble des techniques de préparation, d'animation et d'évaluation d'une action de formation

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'idées ou expériences, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)



# Détecter, gérer et prévenir les conflits (RH04)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

## Introduction

- comment définir le conflit
- les différentes natures de conflits
- accepter le conflit ou une situation de crise pour mieux la gérer
- conséquences négatives et bénéfiques du conflit au sein d'une organisation

## Identifier le type de conflit et ses sources

- Les divers types de conflit
- Les objets de désaccord et les facteurs sous-jacents à ces désaccords
- les sources organisationnelles
- les sources psychologiques, personnelles

## Que faire quand le conflit éclate ?

- les signes avant-coureurs du conflit
- l'éclatement du conflit
- les comportements et leurs incidences
- la prise en charge du conflit

## Les situations conflictuelles les plus courantes au sein d'une organisation

- conflits au sein de l'équipe
- conflits impliquant le manager
- les spécificités des conflits de subordination

## Les techniques pour sortir d'une situation conflictuelle

- La négociation
- La médiation
- L'arbitrage
- Le recours hiérarchique
- La confrontation

## Les méthodes de prévention du conflit

- évaluation régulière des relations interpersonnelles
- les bonnes pratiques managériales : communication, ambiance de travail, liberté d'expression des collaborateurs, entretiens individuels ou de groupe, une animation d'équipe basée sur une approche ludique

### **Public concerné**

Superviseurs, Responsables d'équipe, Managers

### **Bénéfices pédagogiques**

Connaître les divers types, natures et objets de conflits susceptibles d'exister au sein d'une organisation

Maîtriser les techniques permettant de sortir d'une situation conflictuelle

Connaitre les bonnes pratiques managériales pour une meilleure prévention des conflits

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'idées, jeux de rôle, atelier, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# Evaluer les performances de ses collaborateurs (RH05)

**DUREE – BASES : 1 JOUR / AVANCE : 2 JOURS**

**INTRA**

## Introduction

- les enjeux de l'évaluation des performances des collaborateurs
- l'évaluation et le développement des compétences
- que doit-on évaluer ?

## Le processus d'évaluation

- définition des objectifs de performance et des critères d'évaluation associés
- évaluation : méthodes et outils
- restitution des résultats
- définition du plan de progrès
- accompagnement et suivi

## L'entretien d'évaluation

- préparation de l'entretien
- conduite de l'entretien : étapes clés
- comportements, attitudes et mode de communication du manager pendant l'entretien
- les fondamentaux d'un entretien d'évaluation réussi et les écueils à éviter

## L'accompagnement post-entretien d'évaluation

- mise en œuvre du plan de progrès
- entretiens intermédiaires
- réajustement des objectifs

## **Public concerné**

Superviseurs, Responsables d'équipe, Managers

## **Bénéfices pédagogiques**

Connaître les étapes clés du processus d'évaluation

Maîtriser les méthodes et outils permettant d'améliorer le niveau de performance des collaborateurs

## **Moyens pédagogiques**

Echanges d'idées, jeux de rôle, atelier, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# Relation Client à distance

# Maîtriser la relation client en réception d'appels (QU01)

**DUREE – BASES : 1 JOUR / AVANCE : 2 JOURS**

**INTRA**

## Les enjeux de la relation Client par téléphone

- les attentes clients
- la satisfaction client

## Les spécificités de la communication téléphonique

- schéma de la communication verbale
- déperdition de l'information
- le téléphone : un outil aveugle
- les incontournables d'une bonne communication : la voix et l'écoute

## Structurer son entretien pour maîtriser son temps de communication

- l'accueil : selon les normes de qualité définies par votre entreprise (présentation du service et/ou de l'agent et identification de l'appelant)
- la qualification du besoin : écoute active et techniques de questionnement
- la compréhension de la demande : reformulation et questions complémentaires
- la réponse à la demande
- la conclusion et la prise de congé

## Améliorer la qualité de son discours au téléphone

- les règles d'or d'un bon discours
- le choix des mots
- la formulation positive

## Maîtriser les bons comportements

- la maîtrise de soi
- l'empathie
- la personnalisation
- la directivité

**Public concerné :** Tous les collaborateurs exerçant leur activité par téléphone en réception d'appels

### **Bénéfices pédagogiques**

Acquérir les moyens et techniques nécessaires pour gérer avec qualité et efficacité un appel téléphonique en réception  
Maîtriser la durée des communications

### **Moyens pédagogiques :**

Echanges d'idées, jeux de rôle, ateliers, exercices ludiques et pratiques, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Traiter efficacement les réclamations (QU02)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTRA**

### Rappel des fondamentaux de la relation client par téléphone

- la structure de l'entretien
- la qualité du discours
- les comportements

### Comprendre les enjeux du traitement des réclamations

- de l'insatisfaction client à la fidélisation
- les réclamations clients : une mine d'or pour l'entreprise

### Qualification des réclamations

- définir ce qu'est une réclamation
- savoir distinguer les diverses formes de réclamations : du mécontentement à la non-conformité
- établir la typologie des réclamations

### Traitement de la réclamation

- accuser réception de la réclamation
- questionner, faire parler, reformuler de manière positive
- analyser l'ensemble des éléments, mesurer l'importance du préjudice subi
- proposer une solution constructive, éventuellement dédommager
- mesurer la satisfaction client

### Adopter les bons comportements

- rassurer et faire preuve d'empathie
- s'affirmer, avoir une attitude positive
- écouter de manière active
- adopter une attitude neutre et bienveillante dans les entretiens difficiles

**Public concerné :** Tous les collaborateurs exerçant leur activité par téléphone en réception d'appels, plus particulièrement les collaborateurs spécialisés dans le traitement des réclamations

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser le processus de traitement des réclamations  
Savoir analyser une situation et apporter une solution adaptée  
Savoir gérer les conflits et augmenter son efficacité commerciale

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'idées, jeux de rôle, ateliers, exercices ludiques et pratiques, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Améliorer son efficacité commerciale (QU03)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTRA**

### Rappel des fondamentaux de la relation client par téléphone

- la structure d'un entretien, en réception et en émission d'appels
- la qualité du discours
- les comportements

### Sensibilisation aux attentes fondamentales des clients

- identifier les attentes clients
- service de base et services associés
- adapter son comportement aux attentes et besoins fondamentaux des clients

### Répondre aux besoins exprimés ou non des clients

- maîtriser les techniques de questionnement et de reformulation
- valoriser son argumentation
- personnaliser sa proposition commerciale

### Adopter une attitude commerciale

- faire preuve de pro-activité
- s'exprimer de manière positive, s'affirmer
- savoir anticiper sur d'éventuelles objections

### Traitement des objections

- savoir identifier une objection
- rebondir sur une objection

**Public concerné :** Tous les collaborateurs exerçant leur activité par téléphone en réception ou émission d'appels dans le cadre d'une activité commerciale : transformation contact et / ou vente additionnelle

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser les techniques de vente par téléphone aussi bien en émission qu'en réception d'appels

Savoir mettre en valeur les bénéfices d'un service ou d'un produit

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'idées, jeux de rôle, ateliers, exercices ludiques et pratiques, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Maîtriser la négociation commerciale en émission d'appels (QU04)

**Durée : 2 jours**

**INTRA**

### Préparer ses entretiens

- bien connaître l'objectif à atteindre
- bien connaître les dossiers clients
- adapter son argumentation au profil client
- se préparer mentalement

### Structurer son entretien selon la méthode AIDA

- attirer l'Attention de son interlocuteur
- éveiller l'Interêt (techniques de questionnement)
- susciter le Désir (argumentation commerciale)
- obtenir l'Accord
- savoir conclure et raccompagner

### Développer son argumentation commerciale

- identifier les arguments forts et savoir les mettre en valeur
- le choix des mots
- la formulation positive
- identifier une objection
- traiter et rebondir sur une objection

### Adopter les bons comportements

- les 3 P : positif, proactif, persuasif
- l'écoute active, l'empathie
- la valorisation et la personnalisation client

**Public concerné :** Tous les collaborateurs exerçant leur activité par téléphone en émission d'appels dans le cadre d'une activité commerciale : transformation contact et / ou vente additionnelle

#### **Bénéfices pédagogiques**

Faire face avec sérénité à toute situation de négociation  
Maîtriser les réflexes d'un bon négociateur  
Savoir instaurer une relation gagnant-gagnant

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'idées, jeux de rôle, ateliers, exercices ludiques et pratiques, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)



## Maîtriser les techniques de recouvrement (QU05)

DUREE : 1 JOUR

INTRA

### Rappel des fondamentaux de la relation client par téléphone

- la structure d'un entretien, en réception et en émission d'appels
- la qualité du discours
- les comportements

### Maîtriser la logique de l'entretien de recouvrement

- préparation de l'entretien
- prise de contact
- présentation du motif
- Diagnostic et analyse de la situation client
- Recherche de la solution la plus adaptée, proposition constructive
- Fiabilisation de l'accord
- Prise de congé et information sur la suite de l'entretien

### Adopter une attitude positive

- mettre en confiance, rassurer
- s'exprimer de manière positive, s'affirmer
- faire preuve de directivité

### Traitement des objections

- savoir identifier une objection
- rebondir sur une objection

#### Public concerné :

Les collaborateurs ayant pour mission la relance amiable par téléphone

#### Bénéfices pédagogiques

Gagner en efficacité pour recouvrer les impayés et maintenir une relation de confiance avec ses clients

Savoir analyser une situation et trouver la solution adaptée

#### Moyens pédagogiques

Echanges d'idées, jeux de rôle, ateliers, exercices ludiques et pratiques, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Améliorer la qualité des réponses e-mail (QU06)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTRA**

### Introduction

- les spécificités de l'e-mail
- avantages
- attentes et perceptions clients

### Éléments à prendre en compte avant de répondre

- les éléments de contexte
- les informations relatives au client
- les informations relatives à sa demande

### Maîtriser la communication par e-mail

- fondamentaux de la qualité rédactionnelle
- adapter son style au support e-mail
- structurer sa réponse : des salutations à la signature
- trouver la bonne tonalité
- adapter son vocabulaire, connaître les formules appropriées

### Valoriser la présentation

- les règles élémentaires pour faciliter la lecture
- police, couleur, typo
- modèles types

### De la bonne utilisation de la messagerie

- fonctionnalités utiles
- comment assurer un bon suivi de ses réponses e-mail

#### **Public concerné :**

Tous les collaborateurs amenés à traiter les e-mails

#### **Bénéfices pédagogiques**

Connaître les spécificités de la communication par e-mail  
Savoir utiliser les fonctionnalités de sa messagerie

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'idées, jeux de rôle, ateliers, exercices ludiques et pratiques, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# Les Technologies du Centre de contacts

# Les technologies au service de la réception d'appels (TE01)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER / INTRA**

## La gestion de l'interaction client

- les attentes du client vis à vis du centre d'appels, les objectifs de l'entreprise / les technologies mobilisées pour la réception d'appels

## L'ACD, une solution incontournable

- routage et distribution automatique d'appels / fonctionnalités permettant d'influencer la patience de vos correspondants/ bénéfices et contraintes du routage par compétence
- gestion de l'activité temps réel / ergonomie de la console de supervision / rôles des afficheurs muraux et des bandeaux agents
- pilotage de la réception d'appels / fonctionnalités statistiques indispensables /codifier les appels pour mieux comprendre les demandes clients

## Les autres technologies gérant l'interaction client

- accès par numéro spécial d'un opérateur Télécom
- bénéfices d'une application vocale
- principales fonctions CTI au service de la réception d'appels

## Architecture technique et perspectives à adresser

- l'architecture traditionnelle et la place de l'ACD
- la mutation de l'ACD en applicatif téléphonique contrôlant un système téléphonique
- bénéfices des solutions en mode SaaS versus solutions internalisées

### **Public concerné**

Managers, Chefs de projet, Administrateurs techniques, Superviseurs

### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser le périmètre fonctionnel de chacun des outils de la réception d'appels

Identifier les bénéfices et les limites de chaque technologie

Comprendre les problématiques d'architecture technique et l'impact des mutations en cours

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Les technologies du centre de contacts (TE02)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER / INTRA**

### Les technologies au service de la relation client multicanale

- Routage CRM / utilisation des compétences / gestion des priorités / bénéfices d'un composeur d'appels (dialer) / la numérotation prédictive / le call blending / couplage au CRM analytique / insertion automatique à une campagne d'appels / profiter d'un appel de service pour solliciter son client avec une offre commerciale personnalisée
- les novations des technologies vocales / l'état de l'art du langage naturel / les techniques vocales au service de l'authentification / la place du standard VoiceXML
- les solutions de gestion de contacts web (click to call / click to chat) et de la réponse e-mail / les fonctionnalités avancées (supervision multimedia, poste agent unifié, file d'attente universelle) / base de connaissances – rôle dans le libre service et la réponse automatique

### Les technologies au service du management

- progiciel de planification des effectifs
- les progiciels facilitant la gestion de la qualité
- les outils de gestion de la performance

### Les architectures et perspectives du centre de contacts

- architecture technique à prévoir, comment assurer une intégration satisfaisante de tous les composants
- les défis de la relation visuelle dans le centre d'appels
- les nouvelles collaborations internes à nouer

#### **Public concerné**

Managers, Chefs de projet, Administrateurs technique, Superviseurs

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser le périmètre fonctionnel de chacun des outils

Identifier les bénéfices et les limites de chaque technologie

Comprendre les problématiques d'architecture technique

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## CTI au service du centre d'appels (TE03)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

### Les applications CTI pour un centre d'appels

- les concepts essentiels
- les principales applications CTI pour un centre d'appels
- les applications CTI avancées et leur opportunité pour votre centre d'appels

### Choix techniques

- intégrer un SVI dans votre architecture CTI
- Choisir son mode d'implémentation
- Normes et standards techniques

### Mise en œuvre

- panorama des offres du marché
- conduire le projet
- perspectives

### **Public concerné**

Chefs de projet, Responsables techniques, Administrateurs d'une solution CTI, Managers

### **Bénéfices pédagogiques**

Comprendre les concepts fondamentaux de la technologie CTI, les opportunités d'application au sein du centre d'appels

Connaître les principaux standards et normes CTI

Comprendre les spécificités d'un projet CTI et de ses contraintes

Avoir une bonne connaissance des offres du marché

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

## Marier Internet et Centre d'appels (TE04)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

### De l'e-business au centre de contacts

- médias et formes d'interaction palliant aux limites du web
- positionnement économique
- la logique CRM d'une migration des canaux

### Comprendre et maîtriser les médias du Web Call Center

- relation par dialogue texte (chat)
- collaboration web
- relation par webphonie

### Bâtir le centre de contacts

- la gestion du contact sur le web
- choix d'organisation du Web Call Center
- ce qu'il faut refondre du centre d'appels
- comment marier Internet et centre d'appels
- perspectives du centre de contacts

#### **Public concerné**

Managers de centres d'appels, Directeurs Service Client, Chefs de projet, Directeurs e-business, Responsables site web

#### **Bénéfices pédagogiques**

Connaître la méthodologie pour aborder avec succès le mariage d'Internet avec un centre d'appels

Savoir définir le plan d'actions le plus approprié à u contexte particulier

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)

# Comprendre et bâtir le centre d'appels IP (TE05)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER/INTRA**

## Les mutations récentes de la téléphonie centre d'appels

- les architectures PABX et PCBX
- de systèmes dédiés à des solutions progiciels

## Le téléphone IP et le centre d'appels

- les bases de la téléphonie IP
- l'architecture IPBX
- le centre d'appels IP (IPCC)

## Bâtir le centre d'appels IP

- opportunités de centre d'appels IP
- panorama des offres du marché
- mise en œuvre de la téléphonie IP

### **Public concerné**

Managers, Chefs de projet, Responsables Télécoms

### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser les architectures novatrices et le centre d'appels virtuel

Connaître leurs forces et faiblesses face à l'approche traditionnelle

Maîtriser la convergence IP en centre d'appels et les bénéfices attendus

Connaître les évolutions du marché, tant pour les offres que pour les acteurs

### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)



## Les nouvelles architectures pour votre centre d'appels (TE06)

**DUREE : 1 JOUR**

**INTER / INTRA**

### L'architecture téléphonique traditionnelle et ses alternatives

- l'architecture PABX
- l'architecture PCBX
- l'architecture LanPBX

### Les mutations de la téléphonie centre d'appels

- l'architecture avec applicatif téléphonique externe
- l'impact des suites centre d'appels
- la téléphonie ASP pour centre d'appels
- le centre d'appels IP sur LanPBX (CC)

### Anticiper l'architecture technique de votre centre d'appels

- analyse comparative des différentes architectures
- panorama des offres du marché
- mise en œuvre d'une architecture alternative

#### **Public concerné**

Managers, Chefs de projet, Responsables Télécoms

#### **Bénéfices pédagogiques**

Maîtriser les architectures novatrices et le centre d'appels virtuel

Connaître leurs forces et faiblesses face à l'approche traditionnelle

Maîtriser la convergence IP en centre d'appels et les bénéfices attendus

Connaître les évolutions du marché, tant pour les offres que pour les acteurs

#### **Moyens pédagogiques**

Echanges d'expériences, quizz, supports explicatifs

[Retour sommaire](#)