

## Fidéliser les clients passés en offre de marché

### Objectifs :

A l'issue de la formation, les stagiaires sont en mesure de :

- Mieux comprendre les évolutions du marché de l'électricité et/ou du gaz
- Mieux appréhender le rôle du gestionnaire de réseau et du fournisseur
- Identifier les règles concernant la relation avec le client : ce que je peux dire à un client passé au marché
- Répondre aux questions du client

### Outils et méthodes pédagogiques :

- Présentation commentée et illustrée d'un diaporama vidéo-projeté.
- Utilisation de la vidéo : Un regard objectif sur soi et sur les autres.
- Les méthodes pédagogiques alternent tout au long de la journée des séquences théoriques courtes, des échanges d'expérience, des jeux de rôle.
- Co-construction d'un référentiel de bonnes pratiques pour faciliter l'apprentissage
- Tests de connaissances à l'aide d'un outil interactif : @Powervote
- Un livret est remis à chaque stagiaire.

### Evaluation :

- Feuilles de présence
- QCM
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Attestation remise en fin de stage
- Questionnaire de suivi 2 mois après

### Durée : 2 jours

### Tarif : 800 euros / stagiaire (inter)

### Profil concerné :

Au sein d'une ELD : personnels au contact des clients passés au marché

### Pré-requis : aucun

### Préalables :

- Entretiens téléphoniques avec le commanditaire et chaque stagiaire pour identifier leurs attentes
- Appels mystères pour comprendre les pratiques

### Programme pédagogique

#### **I – Comprendre le marché de l'électricité**

- Un peu d'histoire...
- Les acteurs du marché
- Le gestionnaire de réseau et le fournisseur : Qui fait quoi ?
- Le contexte réglementaire

Tests de connaissances : « L'ouverture des marchés »

#### **II – Adopter la communication adéquate**

- Les principes de l'émetteur / récepteur
- Les difficultés pour communiquer : les différences de logique entre le client et l'agent
- Les spécificités de l'accueil téléphonique
- Qu'est-ce qu'un accueil de qualité ?
- Que faut-il faire pour créer un climat favorable au dialogue ?

#### **III - Maitriser l'entretien pour une relation client de qualité.**

- Prendre en charge la demande du client et structurer l'entretien : les étapes de la séquence de conviction

Travaux pratiques : Benchmark et appels téléphoniques mystères vers des fournisseurs d'énergies

#### **IV – Identifier la demande pour adapter la réponse**

- Les outils du diagnostic : Ecoute, questionnement et reformulation
- Identification des besoins, des attentes et des motivations
- Les thèmes à aborder avec le client : Energie / Paiement / Conseil
- Les différentes typologies de client

Travaux pratiques :

- Tests de connaissances : « Le diagnostic »

#### **V - Proposer dans la logique du client**

- La différence entre expliquer et argumenter
- Les principes de la réponse aux objections

Travaux pratiques :

- Tests de connaissances : « L'argumentation »
- Construire ses propres argumentaires efficaces avec la méthode du BAC
- Identification avec le groupe des questions les plus probables et co-construction des réponses les plus pertinentes
- Entraînement à travers des jeux de rôle

#### **VI - La conclusion**

Bien terminer son entretien et rester identifié comme un interlocuteur compétent

### > **Evaluation de la formation : Synthèse, évaluation et tour de table**