

Techniciens : jouer le bon rôle dans un contexte d'ouverture du 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, le rôle du gestionnaire de réseau et du fournisseur et le rôle de l'agent face au client dans ce contexte
- Comprendre les mécanismes de la relation client sur le marché de l'énergie
- Structurer des réponses pertinentes face aux interrogations du client dans un contexte d'ouverture des marchés

Outils et méthodes pédagogiques :

- Présentation commentée et illustrée d'un diaporama vidéo-projeté.
- Les méthodes pédagogiques alternent tout au long de la journée des séquences théoriques courtes, des échanges d'expérience, d'appel vers des concurrents et des jeux de rôle.
- Co-construction d'un référentiel de bonnes pratiques pour faciliter l'apprentissage
- Tests de connaissances.
- 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 : 1 jour

Tarif : 350 euros HT / participant

Profil concerné :

Au sein d'une ELD : techniciens au contact du client

Pré-requis : aucun

Préalables :

- Entretien téléphonique avec le commanditaire pour identifier les attentes

Programme pédagogique

I - Introduction :

- Rappel des modalités de la formation
- Validation des attentes
- Identification avec le groupe des questions posées par les clients sur le terrain

II - 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 : La loi NOME, la notion de réversibilité
- Le marché actuel

Tests de connaissances : « L'ouverture des marchés »

III - Les éléments de communication efficaces dans ce contexte

- Les facteurs clés de succès d'une communication réussie
- L'évolution des statuts : De l'abonné au client : Les missions du technicien au contact du client
- L'évolution des comportements des clients
- Dans ce contexte, que dire ou ne pas dire au client sur le terrain ?

IV - La maîtrise de l'entretien : structurer 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
- L'écoute active : Ecoute, questionnement et reformulation
- Identification des besoins, des attentes et des motivations
- Construction des réponses les plus pertinentes aux questions posées par le client

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