

Initiation à la relation client Drive

A QUI S'ADRESSE LA FORMATION

Responsable de drive,
responsable de la relation
clients/marketing, autres salariés
évolutifs

Ne nécessite pas de pré-requis

ORGANISATION

Durée : 1 journée (7 heures)
Module de formation sur site

ATELIER SCA

Ce module peut s'intégrer à vos
ateliers SCA ⁽¹⁾

METHODES

Module construit dans un esprit
pragmatique, avec des exercices
pratiques et des mises en situation
alternant cas « réalistes » et cas
« décalés » pour permettre à
chacun de prendre le recul
nécessaire et d'intégrer les outils
et les meilleures pratiques.

⁽¹⁾ formations organisées par la
SCA (GTRH ou GTDrive) avec un
contenu personnalisé pour un
groupe de participants issus de
différents Drive



Devenir le leader de la relation client...

Longtemps mise de côté, la relation client devient aujourd'hui une
composante essentielle de l'activité Drive.
Le processus de relation client doit être appréhendé dès les
début de l'activité du Drive.

Après les phases de démarrage souvent intenses, les bonnes pratiques disparaissent peu à peu au fil de
l'accroissement de la productivité. Or, le développement de la concurrence ne laisse pas d'autres alternatives que
de se positionner en leader de la relation client et donc de rétablir et maintenir un niveau de qualité et de service
exemplaire.

Objectifs de la formation

- Comprendre les fondamentaux de la relation client au Drive
- Distinguer les actions internes et externes dans le processus de relation client
- Connaître les principales actions marketing visant à recruter, fidéliser et reconquérir les clients Drive

Programme réf. : P.FO.INIGRC

- **Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit**
- **Les spécificités du canal de distribution Drive**
Marché, typologie et attentes clients
- **Les actions externes du GT Drive**
La communication promotionnelle
Le concept d'anti-churn
Les enquêtes de satisfaction
- **La gestion des réclamations clients**
Comprendre les processus de réclamation
Le suivi des réclamations clients
La prise en charge du SRC
- **Accueillir les clients sur les pistes**
L'importance de l'image extérieure du Drive
L'implication des collaborateurs dans la
démarche de relation client
Accroître sa notoriété par le service
- **Développer les actions marketings au Drive**
Les différents leviers d'action
Le recrutement de nouveaux clients
La fidélisation
Reconquérir les clients fuyants