FORMATION CONTINUE

Guest France

Catalogue

DESCRIPTIF FORMATIONS

ETRE ORIENTE CLIENT

LE SERVICE CLIENT – EXCELLENCE DE SERVICE

MANAGER LE SERVICE

LE SAVOIR ETRE PROFESSIONNEL

PARCOURS ET EXPERIENCE CLIENT

GESTION DE CRISE

Actualisé le 1/11/2026

Table des matières

1. INFORMATION PRELIMINAIRE 5
   1.1. Public visé (Formation Continue France) : 5
   1.2. Format des formations 5
2. ETRE ORIENTE CLIENT 6
   2.1. OFFRIR UN ACCUEIL PERSONNALISE ET DES SERVICES DE QUALITE - 1ère partie (1 jour): (Pour tous les acteurs du service – Employés & Managers) 7
      2.1.1. Descriptif & Contenu 7
      2.1.2. Objectifs 8
      2.1.3. Méthodologie 8
      2.1.4. Profil des participants 8
   2.2. DYNAMIQUE D'EQUIPE POUR UN SERVICE D'EXCELLENCE DANS LES STRUCTURES RECEVANT DU PUBLIC - 2ème partie (1 jour) : 9
      2.2.1. Descriptif & Contenu 9
      2.2.2. Objectifs 9
      2.2.3. Méthodologie 10
      2.2.4. Profil des participants 10
3. LE SERVICE CLIENT – EXCELLENCE DE SERVICE 11
   3.1. ACCOMPAGNER LE SERVICE ET ENGAGER LE CLIENT DANS LA PROMESSE DE SA MARQUE - 2ème partie (1 jour) : 11
      3.1.1. Descriptif & Contenu 11
      3.1.2. Objectifs 11
      3.1.3. Méthodologie 12
      3.1.4. Profil des participants 12
   3.2. MIEUX COMMUNIQUER AVEC LE CLIENT , FAIRE D'UN PEPIN UNE PEPITE - 2ème partie (1 jour) : 13
      3.2.1. Descriptif & Contenu 13
      3.2.2. Objectifs 13
      3.2.3. Méthodologie 14
      3.2.4. Profil des participants 14
4. MANAGER LE SERVICE 15
   4.1. CREATION DE VALEUR ET DYNAMIQUE DE L'EXCELLENCE CHAINE DE PROFIT ET LEADERSHIP DES SERVICES- 1ère partie (1 jour): 15
      4.1.1. Descriptif & Contenu 15
      4.1.2. Objectifs 16
      4.1.3. Méthodologie 16
      4.1.4. Profil des participants 16

4.2. ADAPTER SON STYLE, ACCOMPAGNER ET ENGAGER SES COLLABORATEURS DANS L'EXCELLENCE- 2ème partie (1 jour) :....17
4.2.1. Descriptif & Contenu....17
4.2.2. Objectifs....17
4.2.3. Méthodologie....18
4.2.4. Profil des participants....18
5. LE SAVOIR ETRE PROFESSIONNEL....19
5.1. SAVOIR-ETRE ET SAVOIR-VIVRE LES CLIENTELES FRANÇAISES- 1ère partie (1 jour): 19
5.1.1. Descriptif &Contenu....19
5.1.2. Objectifs....19
5.1.3. Méthodologie....20
5.1.4. Profil des participants....20
5.2. SAVOIR-ETRE ET SAVOIR-VIVRE LES CLIENTELES INTERNATIONALES- 2ème partie (1 jour) :....21
5.2.1. Descriptif & Contenu....21
5.2.2. Objectifs....21
5.2.3. Méthodologie....22
5.2.4. Profil des participants....22
6. PARCOURS ET EXPERIENCE CLIENT....23
6.1. CONCEVOIR LE THEATRE DE L'EXPERIENCE : INFRASTRUCTURES & AMENAGEMENTS- 1ère partie (1 jour):....23
6.1.1. Descriptif & Contenu....23
6.1.2. Objectifs....23
6.1.3. Méthodologie....24
6.1.4. Profil des participants....24
6.2. CONCEVOIR LE THEATRE DE L'EXPERIENCE : SCENARISATION & PROTOTYPAGE- 2ème partie (1 jour) :....25
6.2.1. Descriptif & Contenu....25
6.2.2. Objectifs....25
6.2.3. Méthodologie....26
6.2.4. Profil des participants....26
7. GESTION DE CRISE....27
7.1. REDONNER CONFIANCE ET CONFORT- 1ère partie (1 jour):....27
7.1.1. Descriptif & Contenu....27
7.1.2. Objectifs....27
7.1.3. Méthodologie....27

7.1.4. Profil des participants 27
7.2. ANTICIPER ET GERER LE CLIENT ET SON ENVIRONNEMENT- 2ème partie (1 jour) : 29
7.2.1. Descriptif & Contenu 29
7.2.2. Objectifs.....29
7.2.3. Méthodologie 29
7.2.4. Profil des participants 30

1. INFORMATION PRELIMINAIRE

1.1. Public visé (Formation Continue France) :

Ces formations s'adressent à toutes les personnes évoluant dans l'univers des services, que ce soit à titre opérationnel (employée ou agent de service) ou à titre managérial (encadrant des employées de service). Les secteurs concernés sont (non exhaustif) : banques, assurances, industrie pharmaceutique, distribution, transports, hôtellerie, santé, services publics et toute organisation de services. **Il n'y a pas de prérequis.**

1.2. Format des formations

Chaque journée de formation est organisée en 4 volets de 90mn entrecoupées par des pauses.

Agenda	
Horaire	
8h30 à 9h	Accueil des participants
9h à 10h30	Volet 1 – 90mn
10:30 à 10:45	Pause
10h45 à 12h15	Volet 2 – 90mn
12:15 à 13h30	Pause
13h30 à 15h00	Volet 3 – 90mn
15h00 à 15h30	Pause
15h30 à 17h00	Volet 4 - 90mn
17h00 à 17h30	Q&R – Conclusion & Evaluation

Chaque formation accueillera un minimum de 8 participants et un maximum de 16. Une moyenne de 12 participants est envisagée.

Il est recommandé pour certaines formations d'avoir suivi préalablement d'autres module (voir les précisions indiquées dans chaque module)

Les formations auront lieu à Caen, Deauville, Région parisienne, Lausanne ou toute autre ville de France métropolitaine où les participants pourront être réunis. Ces formations seront assurées par un formateur (EHL Advisory Services ou expert formé et certifié par EHL Advisory Services)

Méthodes et moyens pédagogiques : Présentiel ou Distanciel. Démonstrative, heuristique et applicative. Travaux individuels et collaboratifs.

Lieu de la formation : Il s'agit d'une formation intra en présentiel ou en distanciel, via l'application Teams ou similaire.

Profil du formateur/moyens pédagogiques d'encadrement : Le formateur est expert en son domaine et secteur. Mise à disposition des supports de formation et de documentation, envoi par mail privilégié, mais fourniture de la version papier sur demande.

Moyens permettant de suivre l'exécution de l'action et d'en apprécier les résultats : Une évaluation formative orale a lieu tout au long de la formation, après chaque demi-journée permettant de mesurer la montée en compétences. Également une grille sommative permettant de valider la formation.

Modalité de sanction : Une attestation de fin de formation est remise.

Modalités et délais d'accès : le client donneur d'ordre peut (en fonction du devis précisant le nombre maximal de stagiaires) inscrire un nouveau stagiaire à la formation jusqu'à 72 heures avant le début de la session, à condition que le dossier d'inscription soit complet lors de la demande. La formation est accessible dès acceptation des conditions générales de vente, signature du règlement intérieur et de la convention de formation, et dès validation de son financement.

Adaptabilité : Nous sommes en capacité d'adapter la présentation dispensée en fonction : Durée, suivi, accompagnement, aménagement spécifique (en respectant le cadre de programme établi)

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Cette formation est accessible aux personnes concernées par certains types de handicap, merci de contacter M. Tanios Kassis par téléphone au 0603297553 ou par e-mail christine.bouvet@guest-france.com pour évoquer les besoins spécifiques et les modalités d'adaptation que nous pouvons vous proposer

Prévention des violences, harcèlements et discriminations : Nos formation s'inscrivent dans un cadre garantissant le respect de chaque participant. Toute situation de violence, notamment les violences sexistes et sexuelles, de harcèlement ou de discrimination, fait l'objet d'une prévention et d'un traitement adaptés. Pour signaler une difficulté, obtenir des informations ou être accompagné(e), vous pouvez contacter Mme Christine Bouvet par mail à christine.bouvet@guest-france.com ou par téléphone au 0603297553. Toute demande sera traitée avec la plus grande confidentialité et dans le respect des personnes concernées.

2. ETRE ORIENTE CLIENT

2.1. OFFRIR UN ACCUEIL PERSONNALISE ET DES SERVICES DE QUALITE - 1ère partie (1 jour): (Pour tous les acteurs du service – Employés & Managers)

2.1.1. Descriptif & Contenu

Les administrés et usagers des différents services publics (Administrations, pôle de Santé, CCI, Pôle emploi, service des impôts, etc.) et des équipements sportifs et culturels (piscines, services universitaires, bibliothèques, loisirs, etc.) ont des attentes de plus en plus élevées en termes d'accueil et de services, idéalement personnalisés – jusqu'à la livraison à domicile-, devenues des standards développés par les acteurs économiques privés.

A l'ère du numérique, les usagers ont changé et ont renforcé leur degré d'exigence envers les relations directes ou « physiques ». Ils plébiscitent un accueil amélioré et un service sur-mesure aux standards de service des plus grandes entreprises. Les citoyens, administrés, usagers consomment (et financent) les services publics, sont exigeants vis-à-vis de leurs collectivités et de leurs élus. L'évaluation du service (éprouvé ou perçu) devient légitime, avec des applications qui mesurent la qualité de service.

Ce module « Accompagner les agents du service public vers un accueil personnalisé et des services de qualité répondant mieux aux usagers » est la 1ère partie d'un corpus dédié à l'excellence de l'accueil et des services et s'adresse à tous les agents du service public en relation avec les usagers. Au-delà de la compréhension de ce qui constitue un service d'excellence, où chacun sera amené à partager son expérience, les participants exploreront ce qui constitue les moments de vérité avec les usagers au travers de la multiplicité des points de contact du parcours usager – et ou chaque acteur est dépositaire et donc responsable de ce qui constituera la part d'expérience de l'usager.

- La dynamique de l'excellence dans le service – focus service public et attentes des usagers
- Service & Opérations : Parcours usager, Points de contacts et perception, Mise en place pour un meilleur accueil
- Communication & Service : Mieux communiquer avec les usagers et apporter de la valeur
- Langage du service en action

2.1.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Identifier les attentes des usagers et les facteurs clés d'un accueil de qualité dans les structures de service public
- Analyser les points de contact du parcours usager et évaluer leur impact sur la perception du service
- Appliquer les techniques de communication verbale et non verbale pour personnaliser l'accueil et créer une relation de qualité
- Mettre en œuvre un langage du service adapté pour valoriser l'expérience de chaque usager
- Démontrer une posture professionnelle d'accueil et d'intelligence relationnelle en situation réelle ou simulée

2.1.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

2.1.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

2.2. DYNAMIQUE D'EQUIPE POUR UN SERVICE D'EXCELLENCE DANS LES STRUCTURES RECEVANT DU PUBLIC - 2ème partie (1 jour) :

2.2.1. Descriptif & Contenu

Les administrés et usagers des différents services publics (Administrations, pôle de Santé, CCI, Pôle emploi, service des impôts, etc.) et des équipements sportifs et culturels (piscines, services universitaires, bibliothèques, loisirs, etc.) ont des attentes de plus en plus élevées en termes d'accueil et de services, idéalement personnalisés – jusqu'à la livraison à domicile-, devenues des standards développés par les acteurs économiques privés.

A l'ère du numérique, les usagers ont changé et ont renforcé leur degré d'exigence envers les relations directes ou « physiques ». Ils plébiscitent un accueil amélioré et un service sur-mesure aux standards de service des plus grandes entreprises. Les citoyens, administrés, usagers consomment (et financent) les services publics, sont exigeants vis-à-vis de leurs collectivités et de leurs élus. L'évaluation du service (éprouvé ou perçu) devient légitime, avec des applications qui mesurent la qualité de service.

Ce module « Dynamique d'équipe pour un service d'excellence dans les services publics : faire d'un pépin une pépite » est la 2ème partie d'un corpus dédié à l'excellence de l'accueil et des services et s'adresse à tous les agents des services publics en relation avec les usagers. Les participants exploreront l'art de mieux communiquer avec les usagers, que ce soit au travers de techniques de questionnement avancées, de traiter les émotions et cas de plaintes et, au travers de la technique du feedback essentielle à la culture de service, de saisir comment faire d'un pépin une pépite. La dynamique d'équipe dans l'univers du service sera explorée de manière ludique afin de sensibiliser chacun à l'importance de l'engagement individuel et aux ressorts de l'engagement collectif.

4 volets de 90mn chacun :

- La dynamique de l'excellence dans le service : focus service public et attentes des usagers
- Faire d'un pépin une pépite : l'art du feedback
- Faire d'un pépin une pépite : la gestion des plaintes
- Culture et esprit de service en action

2.2.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Appliquer les techniques de questionnement avancées pour mieux comprendre et accompagner les usagers
- Mettre en œuvre une méthodologie structurée de traitement des plaintes et de gestion de la surcharge émotionnelle
- Utiliser la technique du feedback pour transformer une erreur de service en opportunité d'amélioration continue

- Démontrer une approche collective et coordonnée du service en activant les ressorts de la dynamique d'équipe
- Adapter sa posture et son mode de communication selon les situations relationnelles rencontrées avec les usagers

2.2.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

2.2.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

3. LE SERVICE CLIENT – EXCELLENCE DE SERVICE

3.1. ACCOMPAGNER LE SERVICE ET ENGAGER LE CLIENT DANS LA PROMESSE DE SA MARQUE – 1ère partie (1 jour) :

3.1.1. Descriptif & Contenu

Qu'est-ce qu'un bon service ? Qu'est-ce qui fait la différence entre un bon service et un service d'excellence ? La nature du service présente des enjeux particuliers comme celui de prendre en compte sa dimension intangible, de traiter la façon dont il est perçu sans oublier d'adresser le spectre illimité de ce que chacun attend comme marqueur d'excellence - que ce soit d'ailleurs un client ou un employé. L'excellence est donc à chercher autant dans l'excellence opérationnelle (conforme à la promesse de la marque, efficacité opérationnelle) que dans l'attention à l'autre afin de mieux l'engager dans la promesse de marque (compréhension des attentes et styles de communication, ajustements, personnalisation).

Ce module « Accompagner le service et engager le client dans la promesse de sa marque » est la 1ère partie d'un corpus dédié à l'excellence de service et s'adresse à tous les acteurs de service en relation avec des clients. Au-delà de la compréhension de ce qui constitue un service d'excellence, où chacun sera amené à partager son expérience, les participants exploreront ce qui constitue les moments de vérité avec le client au travers de la multiplicité des points de contact du parcours client – et ou chaque acteur est dépositaire et donc responsable de ce qui constituera la part d'expérience du client.

L'objectif étant de comprendre le client (le lire) pour mieux communiquer et ajuster le service en fonction de ses attentes, il s'agit tout d'abord de questionner sa perception tout en l'affutant afin de mieux saisir tout ce qui permet d'aller au-devant du client, y compris au travers la communication verbale (techniques de questionnement) et non verbale ainsi qu'au travers des émotions.

4 volets de 90mn chacun :

- Introduction – La dynamique de l'excellence dans le service
- Service & Opérations : Parcours client, Points de contact et perception, Mise en place
- Communication & Service : Mieux communiquer avec son client
- Langage du service en action

3.1.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Identifier les composantes d'un service d'excellence et distinguer les niveaux de perception du service rendu
- Analyser le parcours client et cartographier les moments de vérité pour optimiser chaque point de contact
- Appliquer les techniques de communication verbale et non verbale pour lire le client et ajuster son style de service
- Choisir les formules et mots justes pour engager le client dans la promesse de la marque et renforcer son expérience

- Démontrer une posture d'excellence de service en situation de jeu de rôle ou de mise en pratique

3.1.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

3.1.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

3.2. MIEUX COMMUNIQUER AVEC LE CLIENT , FAIRE D'UN PEPIN UNE PEPITE - 2ème partie (1 jour) :

3.2.1. Descriptif & Contenu

Qu'est-ce qu'un bon service ? Qu'est-ce qui fait la différence entre un bon service et un service d'excellence ? La nature du service présente des enjeux particuliers comme celui de prendre en compte sa dimension intangible, de traiter la façon dont il est perçu sans oublier d'adresser le spectre illimité de ce que chacun attend comme marqueur d'excellence - que ce soit d'ailleurs un client ou un employé. L'excellence est donc à chercher autant dans l'excellence opérationnelle (conforme à la promesse de la marque, efficacité opérationnelle) que dans l'attention à l'autre afin de mieux l'engager dans la promesse de marque (compréhension des attentes et styles de communication, ajustements, personnalisation).

Ce module « Mieux communiquer avec le client & faire d'un pépin une pépite » est le 2ème du corpus dédié à l'excellence de service et s'adresse à tous les acteurs de service en relation avec des clients. Il est recommandé aux participants d'avoir suivi préalablement la première partie de ce module intitulée « Accompagner le service et engager le client dans la promesse de sa marque ».

Les participants exploreront l'art de mieux communiquer avec le client, que ce soit au travers de techniques de questionnement avancées, de traiter les émotions et cas de plaintes et au travers de la technique du feedback essentielle à la culture de service, de saisir comment faire d'un pépin une pépite. La dynamique d'équipe dans l'univers du service sera explorée de manière ludique afin de sensibiliser à l'importance de l'engagement individuel et aux ressorts de l'engagement collectif.

4 volets de 90mn chacun :

- Dynamique d'équipe dans le service
- Faire d'un pépin une pépite : l'art du feedback
- Faire d'un pépin une pépite : gestion des plaintes
- Culture et esprit de service en action

3.2.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Appliquer les techniques de questionnement pour mieux comprendre les attentes et émotions du client
- Mettre en œuvre une démarche structurée de traitement des plaintes et de gestion des situations à forte charge émotionnelle
- Utiliser la technique du feedback pour transformer un dysfonctionnement en levier d'amélioration et de fidélisation
- Démontrer une approche collective du service en s'appuyant sur la dynamique d'équipe et les ressorts de l'engagement

- Adapter sa communication et sa posture de service selon les profils et situations client rencontrés

3.2.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

3.2.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

4. MANAGER LE SERVICE

4.1. CREATION DE VALEUR ET DYNAMIQUE DE L'EXCELLENCE CHAINE DE PROFIT ET LEADERSHIP DES SERVICES- 1ère partie (1 jour):

4.1.1. Descriptif & Contenu

80% des entreprises estiment délivrer une « expérience supérieure » ; or 8% seulement des clients estiment que c'est le cas. D'où provient ce hiatus dans l'expérience du client ? Comment l'aborder en tant que manager d'une organisation de service ? Comment mettre en place une culture de service, comment trouver collectivement la dynamique de l'excellence en s'appuyant à la fois sur ses équipes et ses clients pour créer de la valeur dans la chaine de service ?

S'il apparait que délivrer un bon service n'est pas suffisant pour transformer le client en un ambassadeur de la marque, il s'agit donc de réconcilier l'excellence opérationnelle et d'y associer en même temps l'orientation client – c'est à dire d'ajuster pour chacun la meilleure perception du service rendu. En d'autres termes : parler accueil du client, c'est assurer une promesse de la marque – c'est à dire l'hospitalité de la marque.

Pour l'organisation, il s'agit de clarifier sa raison d'être (Stratégie), son état d'esprit (Culture & Valeurs) et d'y associer les compétences et les processus d'une organisation agile capable de grandir avec ses clients au travers de l'engagement de tous ses membres. Autrement dit, il s'agit de mettre en œuvre la dynamique de l'excellence au travers l'hospitalité de la marque pour ses clients et ses collaborateurs.

Ce module « Création de valeur & dynamique de l'excellence dans le management des services » est la 1ère partie d'un corpus dédié au management des services. Il s'adresse à tous les acteurs en charges d'organisation et/ou d'équipes de service en relation avec des clients. Les participants exploreront la chaine de profit des services, les ressorts du leadership de service, la dynamique de l'excellence au sein d'une équipe de service et la mise en place d'une culture de service au sein d'une organisation avec une responsabilisation individuelle et collective. Ce dernier point inclura une sensibilisation au coaching versus feedback.

4 volets de 90mn chacun :

- Dynamique de l'excellence dans le management des services
- Chaîne de profit du service – le cycle RH : visibilité et recrutement
- Créer et développer une culture de service – le cycle RH : formations et développement
- Leadership et management des services :

4.1.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Analyser son organisation au prisme de la chaîne de profit du service et identifier les leviers de création de valeur
- Identifier et mettre en œuvre les ressorts du leadership de service pour fédérer son équipe autour d'une culture d'excellence
- Concevoir une stratégie de développement de la culture de service à l'échelle de son organisation
- Appliquer les techniques de coaching et de feedback pour accompagner ses collaborateurs dans l'excellence de service
- Évaluer son style de management au regard des exigences du leadership de service et définir des axes de progrès

4.1.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

4.1.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

4.2. ADAPTER SON STYLE, ACCOMPAGNER ET ENGAGER SES COLLABORATEURS DANS L'EXCELLENCE- 2ème partie (1 jour) :

4.2.1. Descriptif & Contenu

80% des entreprises estiment délivrer une « expérience supérieure » ; or 8% seulement des clients estiment que c'est le cas. D'où provient ce hiatus dans l'expérience du client ? Comment l'aborder en tant que manager d'une organisation de service ? Comment mettre en place une culture de service, comment trouver collectivement la dynamique de l'excellence en s'appuyant à la fois sur ses équipes et ses clients pour créer de la valeur dans la chaine de service ?

S'il apparait que délivrer un bon service n'est pas suffisant pour transformer le client en un ambassadeur de la marque, il s'agit donc de réconcilier l'excellence opérationnelle et d'y associer en même temps l'orientation client – c'est à dire d'ajuster pour chacun la meilleure perception du service rendu. En d'autres termes : parler accueil du client, c'est assurer une promesse de la marque – c'est à dire l'hospitalité de la marque.

Pour l'organisation, il s'agit de clarifier sa raison d'être (Stratégie), son état d'esprit (Culture & Valeurs) et d'y associer les compétences et les processus d'une organisation agile capable de grandir avec ses clients au travers de l'engagement de tous ses membres. Autrement dit, il s'agit de mettre en œuvre la dynamique de l'excellence au travers l'hospitalité de la marque pour ses clients et ses collaborateurs.

Ce module « Accompagner et engager ses collaborateurs dans l'excellence » est la 2ème partie d'un corpus dédié au management des services. Il s'adresse à tous les acteurs en charges d'organisation et/ou d'équipes de service en relation avec des clients. Les participants exploreront comment comprendre et adapter son style de communication et de management (mangement situationnel) afin de permettre à une culture de service de s'épanouir. Ils exploreront également le suivi et l'évaluation des performances des collaborateurs afin de mieux les accompagner et les encourager dans l'expression d'un service d'excellence.

4 volets de 90mn chacun :

- Moi et mon équipe : Quel est mon style ? Comment l'adapter ?
- De la satisfaction à l'engagement des clients ou usagers
- De la satisfaction à l'engagement des collaborateurs
- Réflexion sur la stratégie de service : excellence, suivi et monitoring, leadership pour faire des clients et des collaborateurs les ambassadeurs

4.2.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Identifier les différents styles de communication et de management et analyser leur impact sur la performance de service
- Appliquer le management situationnel pour adapter son style aux profils et niveaux de maturité de ses collaborateurs

- Mettre en œuvre des stratégies concrètes pour créer la confiance, engager et accompagner ses collaborateurs vers l'excellence
- Concevoir un dispositif de suivi et d'évaluation des performances intégrant la voix du client et la symétrie des attentions
- Démontrer sa capacité à positionner clients et collaborateurs comme ambassadeurs de la marque de service

4.2.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

4.2.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

5. LE SAVOIR ETRE PROFESSIONNEL

5.1. SAVOIR-ETRE ET SAVOIR-VIVRE LES CLIENTELES FRANÇAISES- 1ère partie (1 jour):

5.1.1. Descriptif &Contenu

Au-delà d'une sensibilisation aux bonnes manières, règles de politesse et autres codes vestimentaires prévalant dans différents environnements français (savoir-vivre), ce module vise à explorer l'importance du savoir-être tel qu'étudié à EHL : intelligence relationnelle et émotionnelle, lien avec les valeurs que l'on est censé incarner afin de permettre une personnalisation du rapport à l'œuvre dans le monde du service et en particulier dans un cadre culturel français.

Avec les techniques d'enseignements de l'EHL, le stagiaire s'appropriera des techniques essentielles pour :

- Affuter & ajuster sa perception
- Prendre conscience et gestion de soi (être conscient de son référentiel, comprendre ses émotions, leur influence pour mieux les utiliser, maitriser et mettre à profit ses émotions et impulsions)
- Avoir une conscience sociale : au-delà de la connaissance des règles et usages (toujours limitée), détecter et comprendre les émotions des autres, au travers de l'écoute active
- Gérer des relations : inspirer-influencer les autres, favoriser le développement, gérer le conflit

Ce module « Etiquette & protocole dans le monde professionnel - Savoir être & Savoir vivre dans un cadre français » est la 1ère partie d'un corpus dédié à l'étiquette et au protocole, au savoir être & savoir vivre dans le monde professionnel avec un focus sur un environnement culturel.

4 volets de 90mn chacun :

- Savoir – être et savoir – vivre
- Mise en place et grooming : l'art de recevoir dans un cadre professionnel
- Savoir recevoir et repas d'affaires
- Communication professionnelle, e–mail et étiquette professionnel

5.1.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Identifier les fondamentaux du savoir-être et du savoir-vivre dans le contexte professionnel français
- Appliquer les règles et usages comportementaux essentiels (accueil, repas d'affaires, communication écrite) dans un environnement professionnel
- Mettre en œuvre les ressorts de l'intelligence relationnelle et émotionnelle pour affiner sa perception et mieux écouter
- Adapter sa présentation, sa posture et son image aux attentes d'un cadre professionnel français

- Démontrer sa capacité à gérer ses émotions et à les mettre à profit dans la relation professionnelle

5.1.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

5.1.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

5.2. SAVOIR-ETRE ET SAVOIR-VIVRE LES CLIENTELES INTERNATIONALES- 2ème partie (1 jour) :

5.2.1. Descriptif & Contenu

Au-delà d'une sensibilisation aux bonnes manières, règles de politesse et autres codes vestimentaires prévalant dans différents environnements, ce module vise à explorer l'importance du savoir-être tel qu'étudié à EHL : intelligence relationnelle et émotionnelle, lien avec les valeurs que l'on est censé incarner afin de permettre une personnalisation du rapport à l'œuvre dans le monde du service et en particulier dans un cadre international et multiculturel ou lors d'accueil de clientèles internationales ou multiculturelles.

Ce module « Etiquette & protocole dans le monde professionnel - Savoir être & Savoir vivre dans un cadre international » est la 2ème partie d'un corpus dédié à l'étiquette et au protocole dans le monde professionnel avec un focus sur un environnement culturel international.

On inclura une sensibilisation à un environnement avec une clientèle issue de pays comme les Etats-Unis, la Chine, la Russie, l'Inde, Le Royaume Uni, Le Japon, Le Monde Arabe (MENA) et nous observerons comment aller au-delà des stéréotypes pour aborder, sans faux pas, différents environnements dans un cadre professionnel :

- Accueil et salutations
- Restauration (Alimentation, boissons, manières à table)
- Attitude envers la hiérarchie et les pratiques du monde des affaires
- Tabous et superstitions
- Sensibilité au langage verbal et corporel

4 volets de 90mn chacun :

- Savoir – être et Savoir – vivre dans un environnement multiculturel
- Monde occidental et US
- Asie
- Monde arabe et Afrique

5.2.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Identifier les codes comportementaux et usages professionnels des principales zones culturelles (US, Asie, monde arabe, etc.)
- Distinguer les particularités culturelles significatives (salutations, restauration, hiérarchie, tabous) pour éviter les faux-pas
- Adapter sa communication verbale et non verbale à un contexte professionnel international et multiculturel

- Appliquer les règles de savoir-vivre international pour valoriser la relation client et l'image de l'organisation
- Démontrer sa capacité à s'adapter et à ajuster son comportement selon les cultures rencontrées

5.2.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

5.2.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

6. PARCOURS ET EXPERIENCE CLIENT

6.1. CONCEVOIR LE THEATRE DE L'EXPERIENCE : INFRASTRUCTURES & AMENAGEMENTS- 1ère partie (1 jour):

6.1.1. Descriptif & Contenu

Comprendre le rôle stratégique de l'expérience client et comment elle s'appuie en particulier sur le design des infrastructures et des aménagements., c'est comprendre comment les clients se trouvent engagés dans une expérience leur apportant de la valeur, une valeur reliée à la marque et à sa promesse, permettant par là même à la marque d'affirmer son empreinte.

Cette expérience prend forme dans le lieu qui l'abrite, véritable théâtre de l'expérience. Dans ce théâtre, les infrastructures et les aménagements vont permettre à l'expérience de s'appuyer et de se développer tout autant au travers de l'ergonomie et des usages que de l'expression de la marque et de ses attributs.

Ce module « Concevoir le théâtre de l'expérience - Infrastructures et aménagements » est la 1ère partie d'un corpus dédié au design de l'expérience et du service. Au travers d'exemples déployés par des marques de renom dans leurs infrastructures et leurs aménagements, les participants exploreront la force des infrastructures et des aménagements dans le processus d'hospitality management.

4 volets de 90mn chacun :

- Produit & service – Comment définir la valeur pour le client ?
    - Expérience client : de quoi s'agit-il ? Quels sont les ingrédients ?
- Comment une marque incarne son service ?
    - Combiner signature de service et storytelling
    - Expérience et parcours client : identifier et articuler les points de contacts d'une expérience réussie. Moments de vérité et leur impact sur la recommandation.
- Penser le lieu de l'expérience (espace d'accueil physique) comme une expérience augmentée
    - Impact, matériaux, éléments sensoriels et tendances
    - Ergonomie et mise en forme de l'aménagement pour un meilleur service
- Concevoir le lieu de l'expérience (espace d'accueil physique)
    - Processus de design dans la planification d'un lieu dédié au service

6.1.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Analyser le rôle stratégique des infrastructures et des aménagements dans le design de l'expérience client

- Identifier les leviers sensoriels, ergonomiques et symboliques d'un espace d'accueil pour optimiser le parcours client
- Évaluer l'impact des choix d'aménagement sur la perception de la marque et sur la satisfaction client
- Concevoir une analyse critique d'un site ou d'un espace de service en mobilisant les principes du design de service
- Mettre en œuvre des recommandations concrètes pour améliorer les infrastructures d'accueil au regard de la promesse de marque

6.1.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

6.1.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

6.2. CONCEVOIR LE THEATRE DE L'EXPERIENCE : SCENARISATION & PROTOTYPAGE- 2ème partie (1 jour) :

6.2.1. Descriptif & Contenu

Comprendre le rôle stratégique de l'expérience client et comment elle s'appuie en particulier sur le design de service, c'est comprendre comment les clients se trouvent engagés dans une expérience leur apportant de la valeur, une valeur reliée à la marque et à sa promesse, permettant elle – même d'affirmer son empreinte.

Cette expérience prend forme au travers du parcours de chacun des clients et de tous ses points de contact, autant de moments de vérité établis aussi bien dans le monde physique que dans le monde connecté. La fluidité du parcours, la résonance qu'il offre au regard de la marque sont autant d'éléments qu'il s'agit de penser du point de vue du client et de la valeur perçue par ce dernier. Le processus de design et la scénarisation ouvrent de nouvelles perspectives permettant d'enrichir cette expérience et de la faire résonner au regard de la marque tout en réconciliant monde physique et monde connecté.

Il présente de nombreuses pratiques de marques de renom dans leur design de service.

4 volets de 90mn chacun :

- Processus de design « orienté client » - scénarisation
    - Design thinking et méthode agile
- Modélisation - visualisation du prototypage d'un décor ou d'une ambiance
    - Empreinte / Expérience de service revisitée
- Repenser l'expérience au travers du numérique
    - Concevoir un espace d'accueil on-line
    - Réconcilier monde physique et numérique
- Intégrer fidélisation et voix du client
    - Pilotage

6.2.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Maîtriser les ressorts du parcours client et identifier les points de contact à fort impact sur l'expérience
- Appliquer la méthodologie du design thinking et de la scénarisation pour concevoir un prototype d'expérience de service
- Concevoir un espace d'accueil digital ou physique en intégrant la réconciliation entre monde physique et numérique
- Mettre en place des outils de mesure de la satisfaction et de la fidélisation intégrant la voix du client
- Démontrer sa capacité à modéliser et à présenter un prototype de scénarisation de l'expérience client

6.2.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

6.2.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

7. GESTION DE CRISE

7.1. REDONNER CONFIANCE ET CONFORT- 1ère partie (1 jour):

7.1.1. Descriptif & Contenu

Cette formation « adapter l'accueil et le service en période de crise – redonner confiance et confort » est une 1ère partie du corpus dédié à la place du service et à la gestion des crises. Elle vise à éclairer les participants sur leurs ressorts à proposer des pratiques et usages de sécurité indispensables, tant aux clients qu'à leurs collègues – y compris à eux-mêmes, lors d'événements d'imprévus ou en période de « retour à la normale ».

- Comprendre le client en situation de crise (ou post-crise)
    - Place à l'empathie et à la confiance
- Adapter la relation client lors d'un imprévu
    - Innovation, polyvalence et bon sens dans la qualité d'accueil
- Opérer et manager des pratiques et usages de sécurité indispensables – focus client
- Opérer et manager des pratiques et usages de sécurité – soi, ses collègues et ses partenaires

7.1.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Identifier les différents types de crise et analyser leurs répercussions sur le comportement des clients et des collaborateurs
- Appliquer les principes de management situationnel et de symétrie des attentions pour maintenir la qualité de service en période de crise
- Mettre en œuvre des stratégies de communication adaptées pour rétablir la confiance et le confort auprès des clients et collaborateurs
- Assurer la continuité opérationnelle du service en intégrant les contraintes spécifiques d'une situation de crise ou d'imprévu
- Démontrer flexibilité, adaptabilité et crédibilité par sa réaction face à des scénarios de crise simulés

7.1.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

7.1.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.

7.2. ANTICIPER ET GERER LE CLIENT ET SON ENVIRONNEMENT- 2ème partie (1 jour) :

7.2.1. Descriptif & Contenu

Cette formation « adapter l'accueil et le service en période de crise – anticiper et gérer le client et son environnement » peut se faire seule ou pouvant être la 2ème partie du corpus dédié à la place du service et la gestion de crise. Elle vise à éclairer les participants sur leurs ressorts à préserver une culture de service lors de toute irruption d'imprévus ou en période de crise. Cette formation permet d'anticiper, de gérer les imprévus et assurer une continuité de service adapté.

La formation permet aux professionnels de mieux savoir faire face à tous types d'imprévus, en leur permettant d'apprendre à communiquer, à disposer des réflexes et repères face à l'imprévisible, et à assurer la continuité du service en protégeant clients et collaborateurs par la mise en œuvre de réponses adaptées en mettant l'accent sur les meilleurs moyens et outils pour gérer efficacement la situation en fonction des spécificités de son organisation.

4 volets de 90mn chacun :

- Anticiper les imprévus : excellence de l'expérience client et flexibilité
- Gestion des imprévus - période de crise : culture et esprit de service en action
- Gestion des imprévus - période de crise : continuité du service dans tous points de contacts client
- Gestion de crise et dynamique d'équipe dans le service

7.2.2. Objectifs

À l'issue de cette journée de formation, le participant sera capable de :

- Appliquer une méthodologie structurée d'anticipation et de gestion des imprévus pour préserver la continuité du service
- Analyser une situation de crise depuis plusieurs points de vue (individu, équipe, organisation) et définir les réponses adaptées
- Mettre en œuvre les outils et processus de gestion de crise en tous points d'accueil ou de service
- Développer polyvalence, empathie et prise de décision dans des situations à forte charge émotionnelle ou à haut niveau de contrainte
- Capitaliser les retours d'expériences de crise pour construire et diffuser des bonnes pratiques au sein de son équipe

7.2.3. Méthodologie

Bases théoriques, cas d'école (exemples de design de service, conception de design et de service), jeux de rôles, interactions avec les participants.

4 volets de 90mn pour échanger sur les différents thèmes et y associer jeux de rôles, mise en situation et autres échanges interactifs.

7.2.4. Profil des participants

Les participants évoluent dans le secteur des services et ont (ou auront à brève échéance) la responsabilité managériale d'un ou plusieurs groupes de personnes et/ou la responsabilité d'accompagner des clients dans la conception de solutions prenant en compte le design de service. Leur expérience sera partagée lors de cette journée de formation.