

Moments of Truth et recovery paradox : transformer les réclamations clients en opportunités de fidélisation

Lien : https://maroc-performance.com/formation/moments-of-truth-et-recovery-paradox-transformer-les-reclamations-clients-en-opportunites-de-fidelisation

DURÉE
4 jours (28h)

RÉFÉRENCE
COM227

CATÉGORIE
Traitement des Réclamations Client et Satisfaction Client

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les concepts de Moments of Truth, Service Recovery et Recovery Paradox.
- Identifier les moments critiques susceptibles d’influencer durablement la satisfaction et la fidélité client.
- Comprendre les mécanismes psychologiques et émotionnels déclenchés par une expérience négative.
- Analyser les causes profondes des réclamations et distinguer les différents niveaux d’insatisfaction.
- Cartographier le parcours de réclamation et identifier les principaux points de friction.
- Mettre en place des processus efficaces de détection, qualification, traitement et résolution des réclamations.
- Maîtriser les techniques d’écoute active, d’empathie, de reformulation et de gestion des clients difficiles.
- Concevoir des stratégies de Service Recovery adaptées à la gravité de l’incident et à la valeur du client.
- Identifier les conditions permettant de transformer une expérience négative en opportunité de fidélisation.
- Définir des politiques de compensation, gestes commerciaux et solutions de récupération cohérentes.
- Exploiter les données Voice of Customer, CRM, avis clients et Analytics pour prévenir les réclamations récurrentes.
- Utiliser l’IA et l’analyse prédictive pour détecter les signaux faibles, anticiper le churn et améliorer le traitement des réclamations.
- Mesurer l’impact du Service Recovery sur la satisfaction, la rétention, le réachat, la fidélisation et la Customer Lifetime Value.

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables Customer Experience.
- Directeurs et responsables Service Client, Customer Care et Relation Client.
- Responsables CRM, Loyalty et fidélisation client.
- Responsables Réclamations, Service Recovery et gestion des incidents clients.
- Responsables Qualité et amélioration continue de l’expérience client.
- Responsables Customer Success et Account Management.
- Responsables Retail, E-commerce et parcours omnicanal.
- Responsables Voice of Customer et Consumer Insights.
- Responsables Customer Analytics, Data Marketing et CRM Analytics.
- Responsables opérations et managers en charge des équipes en contact avec les clients.
- Consultants en Customer Experience, Relation Client et transformation des parcours.
- Dirigeants et managers souhaitant transformer les réclamations en leviers de fidélisation et de création de valeur.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux des Moments of Truth et du Recovery Paradox

- Comprendre les moments critiques qui influencent durablement la perception du client envers la marque.
- Comprendre le principe du Recovery Paradox et les conditions dans lesquelles une récupération réussie peut renforcer la relation client.
- Identifier les différences entre insatisfaction, réclamation, récupération de service et fidélisation.

2 / Psychologie du client insatisfait

- Comprendre les mécanismes émotionnels et cognitifs déclenchés par une expérience négative.
- Identifier les attentes, frustrations, perceptions d'injustice et facteurs influençant la réaction du client.
- Adapter la réponse de l'entreprise au niveau d'émotion, de gravité et de valeur du client.

3 / Cartographie des Moments of Truth dans la réclamation

- Identifier les points critiques depuis la survenue du problème jusqu'à sa résolution.
- Cartographier les interactions avec le Service Client, les équipes commerciales, digitales et opérationnelles.
- Prioriser les moments ayant le plus fort impact sur satisfaction, confiance et intention de fidélisation.

4 / Détection, traitement et qualification des réclamations

- Mettre en place des mécanismes permettant de détecter rapidement les signaux d'insatisfaction.
- Classifier les réclamations selon leur nature, urgence, impact et potentiel de risque réputationnel.

Maroc Performance

- Construire des processus permettant d’orienter rapidement chaque réclamation vers le niveau de traitement approprié.

5 / Service Recovery et gestion des situations difficiles

- Concevoir des stratégies de récupération adaptées à la nature et à la gravité de l’incident.
- Maîtriser les techniques d’écoute active, d’empathie, de reformulation et de résolution des conflits.
- Définir les compensations, gestes commerciaux et solutions permettant de restaurer la confiance.

6 / Recovery Paradox et transformation de l’expérience négative

- Identifier les conditions nécessaires pour qu’une récupération de service améliore réellement la perception de la marque.
- Transformer une expérience négative en démonstration concrète d’écoute, de réactivité et d’engagement client.
- Éviter les situations dans lesquelles une mauvaise récupération aggrave l’insatisfaction initiale.

7 / Data, Voice of Customer et prévention des réclamations

- Exploiter les réclamations, verbatims, avis, enquêtes et données CRM pour identifier les causes récurrentes d’insatisfaction.
- Utiliser l’Analytics et l’IA pour détecter les signaux faibles et anticiper les risques de churn.
- Transformer les enseignements issus des réclamations en actions d’amélioration des produits, services et parcours clients.

8 / Pilotage de la fidélisation et amélioration continue

- Mesurer l’impact des dispositifs de Service Recovery sur satisfaction, rétention, réachat et Customer Lifetime Value.
- Construire des KPI permettant de suivre la qualité du traitement des réclamations et l’efficacité des actions correctives.
- Déployer une culture d’amélioration continue transformant les réclamations en source d’apprentissage et d’avantage concurrentiel.

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

09 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
06 au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
01 au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
27 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
28 Sep. au 01 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés