

Dynamisez vos compétences !

Catalogue 2026 - RELATION CLIENT

ISTEA CONSEIL



Quelques mots

de nos 2 fondatrices



"ISTEA CONSEIL, un organisme de formation créé au travers des valeurs que je partage avec mon associée Stéphanie : collaboration, bienveillance et professionnalisme. J'ai la volonté de répondre aux attentes de nos clients, stagiaires et partenaires, en mettant en œuvre mon savoir-faire et mon expérience en tant que Responsable Qualité et Financement. La formation est une activité de partage qui nous fait grandir chaque jour davantage. Alors, ensemble, dynamisons nos compétences pour l'épanouissement professionnel des collaborateurs et la performance des entreprises."

Isabelle Baratier



"Passionnée de pédagogie et de mon métier de formateur, je me challenge au quotidien à trouver la meilleure formule pour nos apprenants et nos clients : formation/accompagnement, e-learning/AFEST, Présentiel/distanciel, mais aussi des pédagogies innovantes : adaptive, gamification, réalitée virtuelle... En tant que responsable pédagogique, handicap et inclusion d'ISTEA CONSEIL, j'adapte l'ensemble des méthodes et supports à la plupart des situations pour que chacun puisse accéder à la formation dont il a besoin sur son chemin."

Stéphanie Michelot

La team Istéa



Isabelle BARATIER

Co-fondatrice, Référente Financière & Administrative



Stéphanie MICHELOT

Co-fondatrice, Référente Handicap & Inclusion, Référente pédagogique



Isabelle OUVRARD

Responsable Pédagogique Ekistéa



Matéa BARBIN

Assistante de gestion



Clément BOUILLOT

Assistant Marketing & Communication



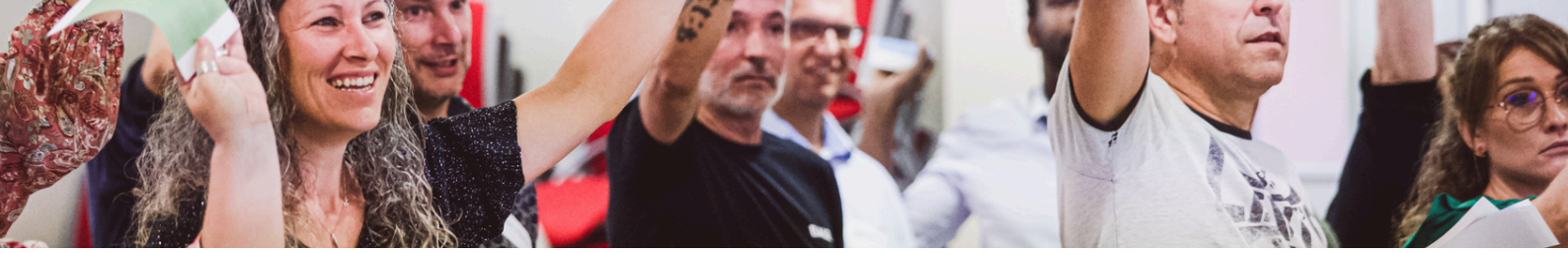
Margot AVIET

Assistant Commercial



Romy PICARD

Assistante Marketing & Communication



L'histoire d'Istéa

Création d'Istéa Conseil — **2019**

Recrutement d'un collectif de formateurs indépendants — **JUIN 2020**

Certification **Qualiopi** pour les actions de formation & les actions de formations par apprentissage — **DÉCEMBRE 2020**

Istéa Conseil compte plus de 70 formateurs dans son collectif — **2021**

Création d'Ekistéa et du CFA — **2022**

Certification **Qualiopi** pour les actions de validation des acquis de l'expérience (VAE) — **DÉCEMBRE 2024**

Création d'Istea Commerce Académie — **2025**

Notre engagement qualité

Qualiopi
processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes:

ACTIONS DE FORMATION
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE
ACTIONS DE VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPERIENCE

Vous permet:

- **D'attester de la qualité du processus mis en œuvre par les prestataires d'actions concourant au développement des compétences ;**
- **De bénéficier d'un accompagnement à l'étude de votre financement.**

Promesses & Engagements

Vous accompagner dans la montée en compétences de vos collaborateurs.

Allier les meilleurs compétences afin de vous proposer des formations riches & innovantes grâce à notre collectif de "talents".

En quelques chiffres...

Stagiaires

96 % Taux de satisfaction

97 % Taux de recommandation

Commanditaires & financeurs

100 % Taux de satisfaction

100 % Taux de recommandation

100 % Taux de reconduction

Indicateurs de l'année 2025

Relation client



Les experts

Relation client



Lydie MOINE



Marc SZTACH



Sonia TOULLIOU

Titre et qualité des formateurs

Nos formateurs intervenants possèdent une expérience professionnelle et/ou un titre de formateur professionnel d'adultes.

Sommaire

RELATION CLIENT

- 1 - Personnaliser la relation client
- 2 - S'adapter aux modes de consommation client
- 3 - Mesurer la satisfaction client
- 4 - Dynamiser la relation client
- 5 - Gérer les relations difficiles avec les clients
- 6 - Gérer les conflits par la médiation
- 7 - Développer une relation client réussie
- 8 - Gagner en efficacité relationnelle

Organisation : sur site client ou à distance

Nous contacter pour une proposition de date.

Pour faciliter l'accueil des personnes en situation de handicap, merci de nous contacter un mois avant la date souhaitée afin d'étudier la meilleure adaptation des méthodes, dans la mesure du possible.

1 Personnaliser la relation client

Contenu pédagogique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Ecouter les clients et comprendre ce qui contribue à leur satisfaction
- Comprendre et analyser les critères du parcours clients dans mon activité
- Identifier les éléments qui permettent d'améliorer la satisfaction des clients dans mon activité
- Contribuer à l'amélioration du service client : comportement, état d'esprit, écoute active...

+ Pédagogie active et ludique
+ Formation personnalisable
+ Fiche rituel de la relation client
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en



Présentiel



Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs de faire preuve au quotidien d'un état d'esprit service client et de contribuer à la réussite du parcours client dans leur environnement professionnel de tous les jours.

Modalités
de formation

Public
Tout collaborateur en relation avec le public

Tarif
Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée
1 jour (7 heures)

Pré-requis
Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter.
Etre en relation avec la clientèle.

Programme

Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz...)

1. LES BASES DE LA SATISFACTION
- Ecouter et comprendre les critères de la satisfaction client.

2. LES ETAPES DU PARCOURS CLIENT
- Comprendre le choix des indicateurs et leurs impacts sur la satisfaction client.

3. ANALYSE DU PARCOURS CLIENT
- Analyser les indicateurs de mon activité pour mesurer sa contribution à la satisfaction des clients de l'entreprise.

4. AGIR POUR LE PARCOURS CLIENT
- Me responsabiliser pour favoriser la satisfaction client au quotidien dans mon activité.

2

S'adapter aux modes de consommation du client

Contenu pédagogique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Identifier l'évolution des modes de consommation
- Comprendre le modèle de base de la grande distribution et son évolution jusqu'à nos jours
- Elaborer des plans d'action en réponse aux nouveaux modes de consommation

+ Pédagogie active
+ Formation personnalisable
+ Utilisation des cas concrets des stagiaires
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en



Présentiel



Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs de comprendre l'évolution des modes de consommation et leur impact sur le modèle économique de la distribution et la nécessité de repenser et adapter leurs acquis face aux changements.

Modalités
de formation

Public

Tout collaborateur en relation avec le public

Tarif

Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée

1 jour (7 heures)

Pré-requis

Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter.
Etre en relation avec la clientèle.

Programme

Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz...)

1. L'évolution des modes de consommation :
- Les années 60,
- la fin des années 60 au milieu des années 70,
- Du milieu des années 70 aux années 80,
- Les années 80,
- le début du XXI siècle,
- Le client aujourd'hui.

2. Caractéristiques :
- Segmentations,
- Attentes.

3. La concurrence
- L'émergence des spécialistes,
- L'essor du hard discount,
- La notion de zone concurrentielle (définition et caractéristiques)

4. Le modèle de base de la grande distribution :
- Les 4 piliers de la distribution,
- La naissance du marketing du point de vente,
- L'essor du merchandising.

5. L'évolution du modèle :
- Le client au cœur du concept,
- L'individualisation de la réponse aux besoins clients.

6. L'évolution de Demain :
- Quelles attentes pour demain ?
- Les pistes d'adaptation en cours d'étude.

3

Mesurer la satisfaction client

Contenu pédagogique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre comment est structurée une enquête
- Comprendre l'importance de se positionner par rapport aux concurrents
- Analyser les indicateurs d'une enquête

+ Pédagogie active
+ Formation personnalisable
+ Formateur expert du sujet
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en



Présentiel



Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs de mesurer la satisfaction des clients sur les points client et d'en suivre l'évolution dans le temps.

Modalités
de formation

Public

Tout collaborateur en relation avec le public, équipier de vente, assistante de caisse, employé commercial

Tarif

Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée

1 jour (7 heures)

Pré-requis

Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter

Programme

- Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz...)
- **1. Qu'est-ce qu'une enquête :**
  - Sa composition,
  - Sa structure.
- **2. Pourquoi les enquêtes :**
  - Objectifs,
  - Intérêt.
- **3. Les différentes formes des enquêtes.**
- **4. Les différentes étapes de l'enquête.**
- **5. Les résultats et leur analyse.**
- **6. Positionner son entreprise par rapport à ses principaux concurrents :**
  - Le baromètre concurrence.
- **7. Les points clés du parcours clients.**

4

Dynamiser la relation client

Contenu pédagogique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Faire preuve au quotidien d'un état d'esprit «service client»
- Contribuer à la réussite du parcours client dans mon rayon/secteur

+ Pédagogie active et ludique
+ Formateur expert
+ Boite à outils opérationnelle
+ Formation personnalisable
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en



Présentiel



Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs d'acquérir les fondamentaux de la relation client.

Modalités
de formation

Public
Tout collaborateur en relation avec le public

Tarif
Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée
1 jour (7 heures)

Pré-requis
Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter.

Programme

Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz...).

Les bases de la satisfaction :
- Ecouter et comprendre les critères de la satisfaction client

Les étapes du parcours client :
- Comprendre le choix des indicateurs et leur impact sur la satisfaction client

Analyse du parcours client :
- Analyser les indicateurs de mon rayon/secteur pour mesurer sa contribution à la satisfaction des clients du magasin

Agir pour le parcours client :
- Me responsabiliser pour favoriser la satisfaction client au quotidien dans mon rayon/secteur.

5

Gérer les relations difficiles avec les clients



Gwennaëlle ROUL

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Détecter les signes et comportements annonciateurs de conflits
- Adopter immédiatement la bonne attitude.
- Développer une stratégie positive d'accueil clients et apprendre à gérer les critiques et les tensions

+ Pédagogie active et ludique
+ Mise en situation pour mieux prendre en main les outils
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en

Présentiel

Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs de comprendre le processus des conflits pour faire face aux clients difficiles en identifiant précisément les sources d'insatisfaction de la clientèle et en transformant les clients difficiles en clients fidèles.

Modalités
de formation

Public
Tout collaborateur en relation avec le public

Tarif
Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée
1 jour (7 heures)

Pré-requis
Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter.

Programme

Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz…).

1. Identifier les sources et les mécanismes de conflits :
- Comprendre l'enjeu de la fidélisation clients dans un contexte ultra concurrentiel
- Être capable de hiérarchiser les déclencheurs et adapter sa posture en conséquence

2. Comprendre le mécanisme des émotions et apprendre à les gérer :
- Utiliser les techniques issues des neurosciences pour se positionner face aux clients difficiles
- Gérer son émotivité et son stress et maîtriser les comportements agressifs
- S'approprier la technique de la cohérence cardiaque

3. Savoir désamorcer un conflit par la communication non violente
- Maîtriser la communication verbale et non verbale
- Faire exprimer et accueillir positivement les non-dits et les tensions
- Conclure et trouver un accord avec un client difficile
- Faire face à la menace sans amplifier le conflit ou céder du terrain
- Connaître ses limites et les limites d'un conflit pour ne pas prendre de risques inutiles

6 Gérer les conflits par la médiation

Contenu pédagogique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Gérer les conflits ou les relations difficiles avec les clients en face à face
- Identifier les comportements à risque et agir positivement
- Détecter les conflits
- Accueillir les demandes et les revendications
- Gérer efficacement les situations conflictuelles avec la médiation

+
+ Pédagogie active et ludique
+ Mise en situation pour mieux prendre en main les outils
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en



Présentiel



Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs de comprendre le processus des conflits pour faire face aux clients difficiles et à l'incivilité.

Modalités
de formation

Public

Tout collaborateur assurant une mission de service d'accueil des clients en face à face

Tarif

Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée

1 jour (7 heures)

Pré-requis

Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter.

Programme

Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz...).

1. Les comportements à risque :
- Identifier les signaux annonciateurs de stress, panique, colère,
- Adopter immédiatement la bonne attitude,
- Calmer et stabiliser rapidement la situation.

2. Mécanisme du conflit :
- Contexte et composante,
- Les sources du confit,
- Les différents types de conflits.

3. Attitude relationnelle face aux conflits :
- Développer l'écoute, l'observation et la compréhension,
- Les attitudes pour définir le problème,
- Mieux comprendre les réactions des clients même virulents pour mieux réagir.

4. La résolution du conflit :
- Clarifier accords et désaccords,
- S'expliquer et réguler : dédramatiser les antagonismes,
- Rechercher les bénéfices mutuels,
- Adapter son mode d'intervention : négociation, arbitrage ou médiation,
- Adopter les techniques de médiation.

7

Développer une relation client réussie

Contenu pédagogique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Acquérir les fondamentaux de la relation client et s'adapter au monde du commerce
- Développer un état d'esprit et des attitudes de service auprès des clients
- Entrer en contact de façon efficace et valorisante
- Mettre en œuvre l'orientation client dans sa façon de traiter les demandes des clients
- Faire face positivement aux suggestions et manifestations d'insatisfaction des clients.

+ Pédagogie active et ludique
+ Mise en situation pour mieux prendre en main les outils
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en



Présentiel



Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs de développer leur attitude de service pour une expérience client réussie.

Modalités
de formation

Public
Tout collaborateur assurant une mission de service d'accueil des clients

Tarif
Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée
2 jours (14 heures)

Pré-requis
Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter.

Programme

Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz...)

1. Se situer dans la relation avec le client :
- Vivre le parcours du client pour le comprendre,
- Identifier les enjeux de la satisfaction des clients
- Repérer le niveau d'exigence.

2. Contribuer à une expérience client réussie :
- Définir les clés d'une expérience client réussie,
- Connaître les sources d'insatisfaction client,
- Distinguer attentes opérationnelles et relationnelles,
- Situer son rôle dans la satisfaction du client.

3. Offrir au client une image positive de l'entreprise :
- Soigner la qualité de son accueil pour faciliter la communication,
- Représenter l'entreprise dès les premiers instants,
- Accueillir la demande du client avec empathie et faciliter son expression.

4. Faire face avec empathie aux exigences des clients :
- Diagnostiquer le besoin en dépassant la demande exprimée,
- Prendre en charge la demande en suscitant la confiance du client,
- Mettre en valeur la solution apportée en restant orienté sur les motivations du client.

5. Transformer un client mécontent en client satisfait pour le fidéliser
- Adopter une attitude positive face au mécontentement,
- Désamorcer les tensions,
- Analyser en finesse la source d'une frustration ou d'un mécontentement,
- Les règles d'or pour régler un litige.

8 Gagner en efficacité relationnelle

Contenu pédagogique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Améliorer son sens de la relation
- Développer une attitude et un état d'esprit basés sur le service client
- Optimiser sa communication avec les équipes
- Agir sur la motivation collective
- Gérer les situations délicates

+ Pédagogie active et ludique
+ Mise en situation pour mieux prendre en main les outils
+ Possibilité d'accompagnement
+ Mémo téléchargeable

Formation en



Présentiel



Distanciel

Cette formation construite à partir d'une pédagogie ludique et participative permettra à vos collaborateurs de renforcer leur intelligence relationnelle avec les clients en développant une communication efficace basée sur la satisfaction client et en impactant positivement les équipes.

Modalités
de formation

Public

Cadre de permanence, managers de proximité, chefs de secteur

Tarif

Devis chiffrés disponibles sur demande, veuillez nous contacter

Durée

1 jour (7 heures).

Pré-requis

Maîtriser le socle des connaissances : lire, écrire, parler français et compter.

Programme

Accueil, prise de contact, mesure de niveau et recueil des attentes des participants (icebreaker, quiz...).

1. INTÉGRER LA DÉMARCHE RELATION CLIENT

- ✔ Comprendre l'enjeu de la fidélisation clients dans un contexte ultra concurrentiel
- ✔ Être capable de hiérarchiser les déclencheurs et adapter sa posture en conséquence
- ✔ Oser et savoir dire : comment faire passer un message délicat à son client
- ✔ Gérer son émotivité, son stress et maîtriser les comportements agressifs

2. IMPACTER ET COMMUNIQUER POSITIVEMENT

- ✔ Etablir son SWOT personnel et identifier ses axes d'amélioration
- ✔ Maîtriser la communication verbale, paraverbale et non verbale
- ✔ Prendre conscience de sa posture au sein de l'équipe :
  - équilibrer sa relation entre proximité et distance
- ✔ Intégrer le feedback à sa communication : feedback positif, correctif et de recadrage



SCAN ME

contact@isteaconseil.fr

ISTÉA CONSEIL