Famille des métiers de la relation client

**Les enjeux**

La relation client peut être définie comme l’ensemble des échanges établis entre une organisation et son public via la totalité́ des canaux et des modes de communication disponibles. Si l’entreprise et ses clients sont les acteurs auxquels il est habituel de faire référence en évoquant la relation client, les administrations centrales, les collectivités territoriales, les établissements de santé, les associations cherchent à optimiser l’intégralité́ de leurs échanges avec leurs usagers, adhérents, membres, etc. dans l’objectif d’entretenir avec eux une relation efficiente et pérenne pour mener à bien leur mission.

Ces relations se sont complexifiées, sous l’effet essentiel de la digitalisation. Un ensemble d’outils viennent ainsi s’ajouter à l’e-mail ou à internet, qui font désormais partie des canaux traditionnels au même titre que le téléphone ou le face à face.

La révolution digitale modifie également l’accès à l’information : les relations entre les organisations et leurs publics s’intensifient et se transforment. Des publics hyper connectés, qui deviennent exigeants, en recherche de produits ou de services personnalisés et disponibles immédiatement ; mobiles, ils sont plus autonomes, moins fidèles, se réfèrent aux conseils de leurs pairs via les réseaux sociaux.

De vrais enjeux se dessinent enfin autour de la donnée, de la connaissance des publics et de la personnalisation. Les organisations doivent apporter une réponse réellement personnalisée aux demandes de ses publics.

Malgré́ l’avènement du digital, l’interaction humaine garde une place prépondérante dans la relation client. Ainsi, les organisations ne doivent pas perdre de vue le caractère stratégique des contacts humains.

Aujourd’hui, les problématiques de fidélisation et de satisfaction de leurs publics sont replacées au cœur des stratégies de toutes les organisations qui, pour pérenniser leur relation avec ces derniers, doivent la repenser et accompagner l’acquisition de nouvelles compétences métiers par leurs collaborateurs. Ainsi, si l’on analyse ces évolutions en termes d’exigences liées aux emplois rattachés à la famille des métiers de la relation client, les professionnels du secteur doivent considérer de nouveaux paramètres :

* **Le type de réponse à apporter aux besoins de chacun** : on passe à une logique de solution à construire. Cette solution, nécessairement personnalisée, exige, d’un professionnel d’entrer en interaction avec son interlocuteur, pour comprendre sa demande, ses expériences et ses usages. Associée à une offre composite dans laquelle il est parfois difficile de se situer, cette exigence renforce les qualités d’écoute, d’expertise et de conseil attendues des professionnels de la RC.
* **La multiplicité́ des informations** **à considérer dans l’exercice des activités liées à la RC** : l’arrivée massive de nouveaux outils numériques réclament de nouvelles modalités alliées à une forte capacité́ de traitement et d’analyse ainsi qu’une grande réactivité (temps réel).

Communication, adaptabilité́, autonomie, travail en équipe, créativité́ et expertise sont autant de compétences que doivent mobiliser les professionnels de l’accueil, du commerce et de la vente pour relever les défis de la relation client.

**Compétences communes à la famille de métiers**

1. Intégrer la relation client dans un cadre « omni canal »
   * Prendre contact
   * Identifier le besoin
   * Identifier le client et ses caractéristiques
   * Proposer une solution adaptée au parcours client
2. Assurer le suivi de la relation client
   * Gérer le suivi de la demande
   * Satisfaire le client
   * Fidéliser le client
3. Collecter et exploiter l’information dans la cadre de la relation client
   * Assurer la veille informationnelle et commerciale
   * Traiter et exploiter l’information
   * Diffuser l’information

**Les démarches et pratiques pédagogiques à privilégier au service de la professionnalisation progressive**

La seconde professionnelle RC doit permettre aux élèves :

* De conforter ou d’infléchir leur parcours de formation au sein d’une même famille de métiers
* D’acquérir des compétences professionnelles communes aux baccalauréats de la famille de métiers.

Pour ce faire, les enseignants devront s’emparer des principes de l’alternance pédagogique.

Ainsi, les enseignants seront conduits à placer les élèves dans des contextes professionnels variés, reflétant la diversité́ des métiers de la famille RC. Ils proposeront des situations d’apprentissage proches du réel (via les mises en situation simulées au sein d’espaces de professionnalisation reconstitues en établissement de formation), voire réelles en s’appuyant notamment sur l’expérience acquise par les élèves dans le cadre des PFMP.