

## FORMATION M.R.E ®

### Mémoire Relationnelle et Emotionnelle

1 ou 2 jours - En présentiel ou distanciel

#### ENJEUX

- S'immerger dans l'univers de son client pour créer une relation de proximité et s'intéresser vraiment à la personne qu'il est, pas seulement au client qu'il représente
- Offrir les conditions d'un échange humain et créer un lien personnalisé en s'appuyant sur tous les éléments intimes transmis par le client lors des échanges précédents selon l'approche MRE (Mémoire Relationnelle Emotionnelle)
- Montrer qu'il est une personne importante à laquelle le Conseiller accorde toute son attention et pour laquelle il déploie toute son énergie de bout en bout

#### OBJECTIFS

- ☐ Offrir une attitude corporelle et vocale énergique et souriante
- ☐ Proposer des formules enthousiastes et sincères
- ☐ Développer une écoute attentive (avec prise de notes) :
  - à tout ce que le client dit de lui au sujet de sa situation et sur le plan intime
  - aux signaux vocaux qui reflètent son état : fatigue, joie, embarras, rhume...
  - aux signaux qui traduisent son environnement : les enfants, les animaux, le climat, les travaux, la campagne, la ville, ...
- ☐ Ancrer la relation dans sa vie intime grâce aux informations transmises lors d'échanges préalables, recueillies avec rigueur dans le CRM
- ☐ Faciliter la parole de ce dernier et le comprendre vraiment par une reformulation précise et une empathie sincère
- ☐ Faire preuve d'une pédagogie appuyée, signe d'une attention et d'une implication réelles à son égard

## PROGRAMME ADAPTABLE AVEC EXERCICES ET TRAINING RELATIONNELS

### 1. Les bonnes pratiques d'une relation proche et attentionnée

En binôme, identifier ce qui favorise ou freine une relation proche et attentionnée.

Restitution en grand groupe à partir de ces 2 questions :

- qu'avez-vous intérêt à éviter de faire ou de dire ?
- qu'avez-vous intérêt à favoriser ?

### 2. Les bénéfices d'une relation proche et attentionnée

En binôme, mettre en lumière ses bénéfices :

- pour le client
- pour le Conseiller
- pour Apicil

Synthèse en grand groupe.

### 3. Déclencher une émotion positive dès les 30 premières secondes

- Chacun accueille un client au téléphone joué par un participant
- Débriefing collectif orienté vers une présence chaleureuse et dynamique, preuve que le Conseiller est heureux d'accueillir le client et prêt à faire le maximum pour l'aider
- Sélection d'expressions très positives à dire, en fonction de l'échange, dès les premières secondes
- Mise en lumière des bénéfices pour soi d'une telle attitude

### 4. Mesurer l'impact des 3 langages dans notre communication

Identification des éléments qui favorisent l'échange sur les plans corporel (même au téléphone), vocal, verbal

### 5. Analyser un entretien

Ecoute d'un entretien sans réelle qualité relationnelle enregistré préalablement, interprété par 2 comédiens ou par des collaborateurs et le formateur (également comédien).

Repérer les attitudes à éviter et les axes de progrès dans ce cas.

### 6. Tester sa capacité d'écoute et de compréhension

Ecoute d'un entretien entre un Conseiller (très silencieux) et un client, enregistré préalablement, interprété par 2 comédiens ou par des collaborateurs et le formateur (également comédien).

🗉 **Pendant l'échange :**

Chaque participant note les émotions exprimées par le client et les informations intimes qu'il transmet

☐ **Après l'échange :**

Chacun écrit sur une feuille ce qu'il dirait à la place du Conseiller « silencieux » pour manifester sa compréhension (reformulation ou empathie) à propos de ses émotions et de ses informations intimes

☐ **Restitution en grand groupe :**

- Des émotions exprimées
- Des informations intimes
- Des propositions de chacun pour manifester sa compréhension par la reformulation et/ou l'empathie

☐ **Synthèse des préconisations à retenir**

## 7. S'entraîner à faciliter la parole de l'autre

En binôme, un participant parle d'un sujet personnel qui lui tient à cœur, le second l'aide à développer son propos durant 1,30 min sans consigne.

Débriefing collectif à partir de ces questions :

- quels éléments relationnels ont facilité sa parole ?
- qu'est-ce que le facilitateur aurait pu faire de plus ?

Le binôme poursuit l'échange durant 1,30 min avec 2 consignes pour le facilitateur :

- manifester sa compréhension par la reformulation ou l'empathie après chaque propos du participant qui s'exprime
- ne jamais enchaîner 2 questions à la suite

## 8. Bâtir les règles d'or d'une relation proche et attentionnée. Elles seront mises en pratique dans les mises en situation l'après-midi.

Exemples :

- Déployer une **bonne énergie communicative** immédiate
- **Chercher à écouter pour comprendre** et non pour répondre en laissant le client s'exprimer jusqu'au bout (sans l'interrompre) et en **prenant des notes**
- Prouver son **écoute active** et **attentive** par la **reformulation de ce qu'il dit** et de ce qu'il **ressent** : récapituler ses propos et/ou traduire son **émotion**.
- Manifester **son empathie**
- Rebondir sur **tous les éléments intimes** transmis par le client : informations personnelles, état émotionnel, signaux extérieurs (audibles au téléphone), informations recueillies dans le CRM
- Exprimer un **réel intérêt** pour l'autre sans donner l'impression d'enquêter : **alterner questions ouvertes et reformulations** avec « interdiction » d'enchaîner 2 questions
- Faire preuve de pédagogie en donnant du sens au fonctionnement et aux règles, mettre en lumière leur intérêt pour les clients
- Prodiguer des **conseils utiles qui vont l'aider**
- Sélectionner des **phrases** pour conclure très positivement l'échange

## 9. Une approche méthodique : PARC (anciennement créée par Nicolas de LB)

### Prouver ma compréhension - 3 niveaux -

1. **Reformulation** : je récapitule ses propos et je traduis son émotion pour créer un lien
2. **Empathie** : je manifeste mon ressenti pour être en phase
3. **Intimité** : je rebondis avec bienveillance sur les éléments intimes qu'il transmet ou qu'il a transmis au préalable pour renforcer le lien

### Approfondir si nécessaire

- Je pose des questions exclusivement pour comprendre son contexte particulier et pour établir une relation personnalisée, pas pour enquêter, en mettant en avant son intérêt à répondre.

### Répondre avec pédagogie

- Je transmets avec bienveillance les conditions nécessaires à mettre en place pour que sa demande devienne possible.
- Si celle-ci n'est pas possible je donne avec pédagogie le sens de la règle en question pour tous les clients.

### Conseiller pour maintenant ou pour l'avenir

- Je cherche à l'aider par tous les moyens.

## 10. Ma prise de notes pendant et après l'entretien dans un esprit MRE (Mémoire Relationnelle Emotionnelle)

### Questions au groupe :

- 1/ Quel est l'intérêt de prendre des notes ?
- 2/ Comment surprendre positivement un client grâce aux notes ?

Orienter le débriefing autour de la nécessité de :

- noter et inscrire dans le CRM les informations intimes et personnelles transmises spontanément par un client et les émotions qu'il y associe
- s'appuyer sur ces informations lors d'un prochain entretien pour le **toucher** positivement, **renforcer** le lien et **prouver** que tous les Conseillers s'intéressent vraiment à la personne qu'il est

## 11. Exemples de prises de notes

En binôme, imaginer les phrases acceptables qui pourraient être inscrites dans le CRM à propos d'informations intimes de certains clients.

Restitution en grand groupe.

Exemples :

*Il est très attaché à la maison de Normandie de ses parents où il a vécu enfant*

*Elle aime retrouver ses amis l'été en Ardèche*

*Il a perdu sa femme le mois dernier*

*Elle adore ses petits-enfants, la dernière a 3 ans*

...

## 12. S'entraîner grâce aux mises en situation face à l'animateur-comédien ou aux participants volontaires

### Déroulé des mises en situation en 2 temps :

- 1) Un premier participant-Conseiller accueille au téléphone un client. Il instaure un climat de confiance et crée une relation proche et attentionnée en prenant des notes.
- 2) Un second participant-Conseiller accueille ce même client 15 jours plus tard : il s'appuie sur les notes de son collègue et crée une relation proche et attentionnée dans un climat de confiance renforcée.  
Même principe avec de nouveaux clients pour les mises en situation suivantes.

**Public concerné :** Toute personne salariée ou dirigeant, et toute personne en situation de handicap

**Nombre de participants :** 10 personnes maximum

**Lieu :** Dans vos locaux ou salle de réunion à Paris ou IDF. Tous nos lieux de formation sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Pour tout besoin spécifique, nous contacter en amont.

**Tarif journalier :** 2 000 € HT en intra entreprise par groupe.